

THE ROYAL COMMISSION ON VIOLENCE IN THE COMMUNICATIONS INDUSTRY

RESEARCH REPORT

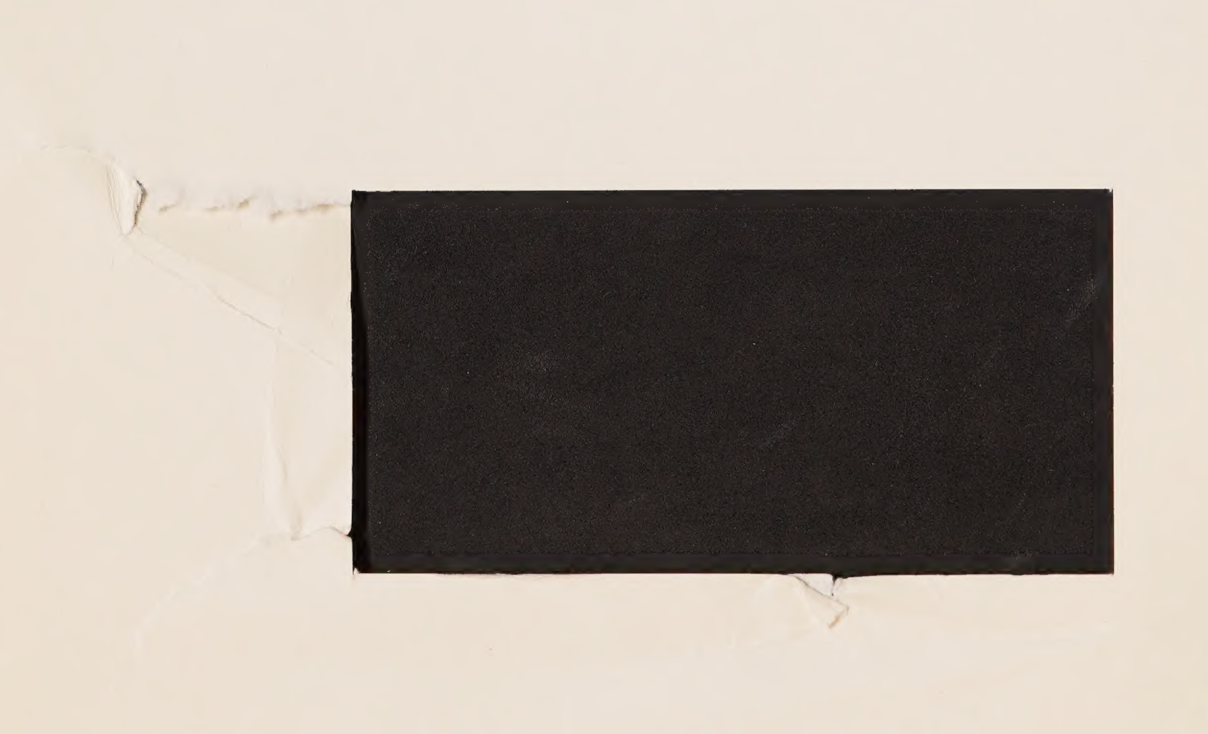
LES FRONTIERES CULTURELLES DE L'IMAGERIE TELEVISUELLE: UNE ANALYSE DE LA TELEVISION D'EXPRESSION ANGLAISE ET FRANCAISE

André H. Caron

Avec la collaboration de Marie Coutur

Section Communication
Institut de Psychologie
Université de Montréal

1976



AVERTISSEMENT

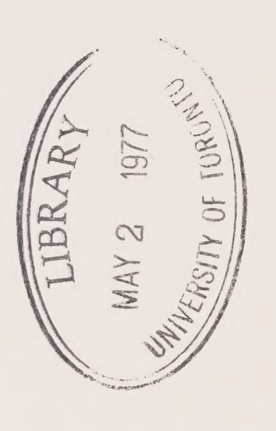
Les opinions présentées dans ce rapport sont celles de l'auteur, et n'indiquent pas nécessairement celles de la Commission royale d'Enquête sur la Violence dans le Secteur des Communications dont les conclusions seront presentées dans son Rapport final.

LES FRONTIERES CULTURELLES DE L'IMAGERIE TELEVISUELLE: UNE ANALYSE DE LA TELEVISION D'EXPRESSION ANGLAISE ET FRANCAISE

André H. Caron

Avec la collaboration de Marie Couture

Section Communication
Institut de Psychologie
Université de Montréal


LIBRARY
MAY 2 1977
UNIVERSITY OF TORONTO

LA COMMISSION ROYALE D'ENQUETE SUR LA VIOLENCE
DANS LE SECTEUR DES COMMUNICATIONS

L'Honorable Judy LaMarsh
C.P., C.R., LL.D., Présidente

Monsieur le Juge Lucien Beaulieu
Commissaire

Scott Young, Commissaire

*   *   *

Anne Cameron
Directrice Administrative

Sheila Kieran
Directrice de la Participation Publique

C.K. Marchant
Directeur de la Recherche

*   *   *

151 rue Bloor ouest, bureau 810,
Toronto, Ontario M5S 2V5

Téléphone (416) 965 4593

LES FRONTIERES CULTURELLES DE L'IMAGERIE TELEVISUELLE: UNE ANALYSE DE LA TELEVISION D'EXPRESSION ANGLAISE ET FRANCAISE

par

ANDRE H. CARON

avec la collaboration de Marie COUTURE

SECTION COMMUNICATION
INSTITUT DE PSYCHOLOGIE
UNIVERSITE DE MONTREAL

Avril 1977

TABLE DES MATIERES

^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^

LISTE DES TABLEAUX

LISTE DES TABLEAUX (suite)

LISTE DES TABLEAUX (suite)

LISTE DES TABLEAUX (suite)

LISTE DES TABLEAUX (suite)

APPENDICE

APPENDICE (SUITE)

OTTAWA (suite)

SUDBURY-TIMMINS-NORTH BAY

-.-.-.-.-.-.-.-.-.-.-

SECTION I

INTRODUCTION

OBJECTIF

Le but de cette étude est de faire une analyse comparative de la programmation offerte par la télévision d'expression anglaise et française ainsi qu'une analyse sélective du contenu des téléromans d'expression française.

En fonction de ces deux objectifs, le rapport est divisé en deux sections principales:

- La section I analyse et compare la programmation télévisuelle offerte aux heures de grande écoute et les cotes en fonction des auditoires par types d'émissions, pour certains grands marchés du Québec et de l'Ontario: Montréal, Ottawa-Hull, Sudbury- Timmins-North Bay et Toronto.

- La section II est une analyse du contenu d'un certain nombre d'épisodes de téléromans québécois.

SECTION I:

L'analyse de la programmation offerte en semaine pour les heures de grande écoute est faite à partir de listes d'émissions tirées de revues à présentation standard telles que TV Guide, TV Hebdo et Noront TV News, pour deux périodes de quatre semaines dont

l'une va du 10 novembre au 7 décembre 1975 et l'autre du 23 février au 14 mars 1976.

Les données relatives aux cotes d'écoute par émission période/horaire, station, région et caractéristiques de l'auditoire sont établies d'après les rapports saisonniers de BBM (Bureau of Broadcasting Measurement) pour les périodes choisies. Au cours de cette analyse, nous examinons le rapport entre les cotes d'écoute et les caractéristiques distinctives des séries télévisées françaises et anglaises des marchés étudiés. Le régime (d'état/privé) de réseaux et la proportion de contenu canadien dans la programmation aux heures de grande écoute, sont des facteurs supplémentaires analysés dans cette étude.

SECTION II :

Dans cette section, nous avons fait une description de certaines épisodes choisis parmi les comédies et les téléromans québécois les plus regardés. Nous avons analysé les éléments suivants: environnement (cadre ou milieu), personnages, relations interpersonnelles, genres de conflits, façons de résoudre ces conflits et finalement messages essentiels.

Les séries télévisuelles d'expression française spécifiques que nous avons étudiées sont:

- Rue des Pignons;
- Les Berger;
- La P'tite Semaine;
- Y'a pas de Problème;
- Symphorien;
- Avec le temps;
- Quelle Famille;

Aussi étonnant que cela puisse paraître, peu d'études[1] ont été faites dans le but d'examiner systématiquement les ressemblances et les différences qui existent entre les deux programmations télévisuelles d'expression anglaise et française au Canada. Lorsqu'on a procédé à de telles études, c'était habituellement pour des périodes assez courtes et pour un nombre restreint de marchés. Et qui plus est, ces études[2] ont surtout porté, pour la plupart, sur une comparaison de la programmation télévisuelle canadienne d'expression anglaise avec la télévision américaine courante, plutôt que sur la variété de la programmation télévisuelle offerte par les différents réseaux d'expression française et anglaise au Canada.

Nous pensons qu'il y a là une omission importante. Bien que leurs propos aient toujours porté sur des considérations économiques (i.e. l'importation de production américaine s'avérant moins coûteuse et plus populaire), il nous semble essentiel de considérer d'autres facteurs, tels que la langue et la culture, lesquelles sont les principaux sujets d'observation de notre étude.

---

1) Notes sur les préférences du public... Colloque sur la violence à la télévision. Conseil de la Radio-Télévision canadienne. Queens University, Kingston, Ontario.

2) The Canadian Television Audience: A Study of Viewing Preferences and Attitudes. Vernone M. Sparkes. Syracuse University, Syracuse, N.Y.

SECTION I

Analyse de la programmation offerte et des cotes d'écoute

La section I est divisée en deux parties:

A) Les données ayant trait à la programmation télévisuelle offerte

B) Les données sur les cotes d'écoute en fonction des auditoires.

METHODE

Les sources d'information dont nous nous sommes servis pour l'analyse de la partie A sont principalement des revues à présentation standard telles que TV Guide, TV Hebdo et Noront TV News. Pour compléter nos données, nous avons dû néanmoins utiliser d'autres sources et nous avons demandé, entre autres, des informations aux directeurs de programmation d'un certain nombre de stations de télévision. Dans l'ensemble, le classement par catégories que nous avons utilisé est une combinaison de la terminologie standard de l'industrie avec celle qui est habituellement utilisée dans les études d'analyse de contenu du même type que la nôtre.

Les catégories sont les suivantes:

Aventure	: (i. e. Littlest Hobo, Robinson Suisse)
Comédie	: (i. e. Mary Tyler Moore, Symphorien)
Série dramatique	: (i. e. Rich Man, Poor Man; Avec le temps)
Série policière	: (i. e. Kojak, Les Incorruptibles)
Série dramatique à sujet médical	: (i. e. Medical Center, Médecins d'aujourd'hui)
Téléroman	: (i. e. Les Berger)
Interview	: (i. e. Tommy Banks; Parle, Parle, Jase, Jase)
Emission de jeu	: (i. e. Name that Tune, Travail à la Chaîne)
Musique	: (i. e. Pig and Whistle, Ranch à Willie)

Film	: A) Type policier (i. e. St. Valentine Massacre)
	: B) Drame (i. e. Dr. Jivago)
	: C) Comédie (i. e. M. A. S. H.)
	: D) Autres (i. e. Westerns, Comédies musicales
Variété	: (i. e. Tom Jones, Gala de l'Union des Artistes)
Sports	: A) Emissions d'information (i. e. Sports Beat; J. O.)
	: B) Reportage d'événements (i. e. N. H. L. hockey
Documentaire	: (i. e. Sharks, Heritage)
Nouvelles	:
Affaires publiques	: (i. e. Fifth Estate, le 60)
Dessins animés	: (i. e. Legends of Christmas, Les Pierrafeu)
Autre	: (i. e. Wintario, Loto Perfecta)
Inclassable *	:

LES PERIODES HORAIRES

Notre analyse de contenu ne devait d'abord qu'étudier la programmation habituellement définie en termes d'heures de grande écoute, en semaine. Nous avons, par la suite, décidé d'élargir notre étude à la programmation offerte à compter de 18 heure. En effet, la part de l'auditoire pour la programmation offerte plus tôt dans la soirée s'est avérée assez importante pour nous inciter à modifier notre définition des heures de grande écoute.

---

* Malgré de longues recherches quelques émissions se sont avérées impossibles à classer. Elles apparaissent dans nos tableaux sous le titre "inclassables" et comprennent en outre les références à certaines mentions telles que T. B. A. (to be announced). Cette catégorie n'a jamais constitué plus de 5% de notre échantillonnage.

Contrairement à ce que l'on pense généralement, les catégories d'émissions diffusées pendant cette période ne sont pas uniquement du type nouvelles télévisées. En fait, on trouve des variations selon les caractéristiques régionales. Nous aborderons en détails cette question, un peu plus loin dans ce chapitre.

Notre analyse s'étend donc à tout l'horaire de la programmation entre 18h et 23h en semaine.

ECHANTILLONNAGE

Nous avons analysé en tout 40 jours de programmation télévisuelle: 20 jours à l'automne'75 et 20 jours au printemps'76. Nous avons choisi les semaines pendant lesquelles BBM fait ses rapports de cotes d'écoute, plus une autre semaine complète de programmation télévisuelle. Nous avons cru que cela nous permettrait de comparer d'une part nos données à celles de BBM et d'autre part, de nous assurer que les émissions spéciales (i. e. Convention du P. C., Miss Teen Canada) ainsi que d'autres modifications irrégulières à l'horaire de la programmation seraient contrebalancées dans l'horaire régulier.

Nous avons choisi d'examiner pour cette étude quatre (4) marchés régionaux: Montréal, Ottawa-Hull, Sudbury-Timmins-North Bay et Toronto, qui se distinguent par nombre de caractéristiques. Il s'agit surtout de particularités régionales quant à la proportion et à la représentation des groupes culturels selon les régions, aux variations possibles de la programmation télévisuelle offerte aux différentes régions et aussi à la taille même des auditoires. Les précisions à propos de ces caractéristiques, seront abordées en profondeur lors de la présentation de chacun des quatre marchés étudiés.

La présentation de nos résultats se fera de la manière suivante. Chaque marché régional sera d'abord présenté individuellement selon ses caractéristiques et selon la programmation offerte à la population de cette région. La programmation télévisuelle sera étudiée en termes de:

1. Catégories générales
2. Langue de diffusion
3. Régimes des réseaux (d'état / privé)
4. Culture (origine du contenu)

Nous présenterons également les profils spécifiques de programmation des principaux réseaux, pour chacun des marchés étudiés.

ANALYSE DES DONNEES

Nous avons conçu l'analyse des données en termes d'unités/émissions (i. e. nombre d'émissions) et d'unités/minutes (i. e. nombre de minutes par émission) pour chacune des catégories d'émissions. Dans la plupart des cas, mis à part les films et les événements sportifs, ces deux types de mesures permettaient facilement la comparaison, étant assez constantes. Il n'est donc pas étonnant de retrouver dans la plupart des études du même type que la nôtre, les résultats uniquement en termes d'unités/émissions. Nous avons cru cependant qu'il serait plus juste de présenter les résultats de cette étude en termes de nombre d'unités/minutes pour toutes les catégories, étant donné la présence relativement importante de certaines catégories d'émissions, telles les films. En effet, les unités/minutes par émission reflètent mieux à nos yeux la totalité du temps de consommation des téléspectateurs et la réelle importance des différents types de programmation.

Enfin, il est essentiel de prendre note de la part importante des émissions de type "nouvelles" dans la programmation de plusieurs réseaux. Si on excluait cette catégorie d'émissions, comme on le fait quelques fois dans certaines études, l'importance relative des autres catégories risquerait de paraître beaucoup plus grande. Cet aspect particulier sera abordé lorsqu'il sera question du contenu canadien dans la programmation télévisuelle. Enfin la programmation du service public américain de télédiffusion a été exclue de cette étude compte tenu de son auditoire canadien limité.

RESULTATS

A) PROGRAMMATION TELEVISUELLE OFFERTE DANS LA REGION DE MONTREAL

CARACTERISTIQUES DEMOGRAPHIQUES

D'après le recensement de 1971, la population de la région métropolitaine de Montréal[1] était de 2,743,210 personnes dont 1,345,365 hommes et 1,397,845 femmes. Le nombre de personnes par famille était en moyenne de 3.6 et le nombre d'enfants par famille était en moyenne de 1.6. La moyenne du revenu était aux environs de $10,292.00. 1,819,640 personnes se disaient de langue française maternelle, 595,365 personnes se disaient de langue anglaise maternelle et 328,175 mentionnaient d'autres langues. Pour ce qui est de la langue parlée à la maison, 1,818,860 spécifiaient le français, 683,390 l'anglais, 106,995 l'italien, 11,665 l'allemand, 8,605 le polonais et 7,775 l'ukrainien et 1,470 le néérlandais.

Les groupes ethniques, pour la région métropolitaine de Montréal, se répartissent comme suit: 1,762,690 Français, 438,000 Britanniques, 160,605 Italiens, 38,440 Allemands, 36,500 Asiatiques, 20,410 Polonais, 18,050 Ukrainiens, 11,480 Hongrois, 9,040 Hollandais, 6,355 Scandinaves, 3,605 Russes.

Montréal se distingue non seulement par sa caractéristique linguistique et culturelle française, mais aussi en tant que centre important de production télévisuelle. En termes de représentation des deux plus importants groupes culturels au Canada, on se rend compte que les personnes de descendance française qui forment 64% de la population partagent avec les personnes de descendance britannique (16%) un nombre égal de réseaux de télévision commerciale.

1 Statistiques Canada. Recensement du Canada 1971. Catalogue 95-704

CARACTERISTIQUES DE LA DIFFUSION TELEVISUELLE

Dans la région de Montréal on retrouve six (6) réseaux importants qui se partagent le marché en termes d'auditoire. Tout d'abord, Radio-Canada, réseau de langue française subventionné par l'état (CBFT-2) et la CBC, son pendant de langue anglaise (CBMT-6). Existent également TVA, le réseau privé de langue française (CFTM 10) et CTV, le réseau privé de langue anglaise (CFCF 12). On compte encore deux (2) réseaux américains: CBS (WCAX - 3) et NBC (WPTZ - 5).

Un autre réseau américain ABC (WMTV - 8) rejoint aussi la région de Montréal, cependant BBM rapporte que leur part du marché pour l'année 1975-1976 était inférieure à 5%. Nous avons donc décidé de ne pas tenir compte de leurs statistiques. En fin de compte, on doit également mentionner Radio-Québec, réseau public provincial à contenu éducatif. Cet organisme est en quelque sorte comparable à l'O.C.E.A. de l'Ontario dont le mandat est aussi de produire du matériel éducatif tant pour la population d'âge scolaire que pour la population adulte. En dépit du fait que leur part du marché n'est pas fortement compétitive avec celle des réseaux principaux, nous aurions aimé inclure le réseau Radio-Québec dans notre étude d'analyse des programmations offertes. Malheureusement, à cause des limites de temps et de ressources, il nous était impossible de le faire. Nous espérons que cette omission pourra éventuellement être palliée dans une autre étude du même genre.

En tenant compte du nombre de réseaux accessibles dans la région de Montréal, nous constaterons plus tard, avec détails à l'appui, que seuls les deux réseaux de langue française, Radio-Canada et TVA, sont en con-

currence pour le gros du marché en termes de parts d'auditoire.

BBM * évalue le pourcentage des foyers qui jouissent de la cablodistribution à 37%, ce qui signifie que près de quatre foyers sur dix ont complètement accès aux principaux réseaux décrits antérieurement. Le pourcentage des foyers munis de télécouleurs est estimé à 54% pour cette région du marché. Comme nous le verrons, la programmation télévisuelle de la région de Montréal est caractérisée par certains facteurs particuliers. Pour n'en citer que quelques-uns, on peut mentionner l'importance d'émissions du type interviews, films, téléromans, qui occupent les périodes horaires de certains réseaux, en début de soirée. On note également à Montréal, que certaines émissions de nouvelles, d'une durée de trente minutes, sont télédiffusées en fin de soirée à 22h30. D'autre part, étant donné que les nouvelles des réseaux de langue anglaise ne sont diffusées qu'à 21h, elles sont exclues de notre analyse. Il appartiendra donc au lecteur de prendre ceci en considération quand il interprétera les résultats.

CATEGORIES GENERALES (Automne'75)

Le tableau sommaire I reflète les principales caractéristiques de la programmation télédiffusée à Montréal. Si l'on prend en considération, pour chaque réseau, les principales ** catégories (unités/minutes) d'émissions pour l'automne 1975, on observe ce qui suit:

---

* Rapport BBM, printemps 1976

**Dans cette étude, le terme "principales catégories" s'applique à toutes les catégories d'émissions qui représentent au moins 10% de la programmation pour la période horaire d'un réseau. Dans la mesure où les catégories atteignent un niveau de 9% à 9.5%, nous en avons tenu compte également.

TABLEAU I

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale

Radio-Canada		CBC		TVA	
Nouvelles	30%	Nouvelles [1]	20%	Films (la plupart classés comme comédies)	23%
Films (la plupart classés comme drames)	19%	Comédie	17%	Interviews	21%
Documentaire	10%	Musique	15%	Nouvelles	20%
Affaires publiques	10%	Série dramatique	11%	Série policière	12%

CTV		CBS		NBC	
Série policière	28%	Nouvelles [1]	30%	Série policière	30%
Nouvelles [1]	20%	Série policière	14%	Nouvelles [1]	20%
Comédie	12%	Comédie	14%	Films (la plupart classés comme drames)	13%
		Films (la plupart classés comme drames)	10%		
		Emission de Jeu	10%		

Comme on peut le constater, le téléspectateur montréalais profite d'une certaine variété de types d'émissions selon qu'il choisit des émissions appartenant à la programmation anglaise ou française, aux réseaux publics ou privés, canadiens ou américains.

On peut identifier au total 10 catégories d'émissions différentes en compilant les listes des principales catégories d'émissions offertes par chaque réseau. Pour tous les réseaux, les nouvelles télévisées constituent une partie importante de la programmation avec le plus haut pourcentage de 30% pour Radio-Canada et 30% pour NBC. Même si l'on ajustait le pourcentage

[1] Les statistiques pour les catégories Nouvelles n'incluent pas les émissions de ce type diffusés à 11 hres.

des réseaux de langue française (R. C. et TVA) de façon à exclure la présence marginale des nouvelles télévisées de fin de soirée à 22h30, ce genre de programmation demeurerait malgré tout l'une des catégories d'émissions les plus importantes. Généralement, les films se classent au second rang des émissions diffusées par la plupart des réseaux. L'importance des films est néanmoins plus grande pour certains réseaux (R. C. 19%; TVA 23%) que pour d'autres (CBS 13%; NBC 10%). CBC (0%) qui s'abstient de présenter quelque film que ce soit et CTV (7%), sont les seuls à faire exception à cette règle. La série policière occupe le troisième rang comme catégorie d'émissions présentées (NBC 30%; CTV 28%; CBS 14%; TVA 12%).

Le tableau I de l'appendice fournit tous les détails quant à l'importance de chaque catégorie pour chaque réseau. Ce tableau formule toutes les inscriptions de catégories en termes de pourcentages d'unités/minutes et d'unités/émissions. Si l'on examine les autres catégories importantes faisant partie de ces profils, on peut constater que les différences sont pour la plupart reliées soit à la langue de diffusion (française ou anglaise) et/ou aux facteurs économiques (régimes d'état/privé) des réseaux.

<u>LANGUE DE DIFFUSION</u> (automne'75)

En vue d'illustrer ces résultats plus clairement, nous avons synthétisé nos données en termes de langue de diffusion, tout en faisant la distinction entre les réseaux anglais, canadiens et américains. Les catégories les plus importantes retrouvées dans la programmation offerte en 1975 aux téléspectateurs, dans la région de Montréal, sont inscrites au tableau 2.

TABLEAU 2

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale selon la langue de diffusion

Réseaux de langue anglaise		Réseaux américains		Réseaux de langue française	
Nouvelles	20%	Nouvelles	25%	Nouvelles	25%
Série policière	16%	Série policière	22%	Films (la plupart classés comme drames)	21%
Comédie	14.5%	Films (la plupart classés comme drames)	11.5%		
Musique	10.5%			Interviews	10.5%

A l'exception de l'importance indiscutable des nouvelles télévisées par chaque réseau, on perçoit plusieurs différences particulièrement relatives à la langue, dans la programmation courante pour la région de Montréal. Les séries policières constituent une de ces différences pour les réseaux de langue anglaise (16%) et les réseaux américains (22%) comparativement aux réseaux de langue française. Les émissions d'interviews (10.5%) présentées uniquement par les réseaux de langue française, l'importance des comédies (14.5%) et de la musique (10.5%) présentées aux réseaux de langue anglaise, les comédies (9%) et les émissions de jeu (9%) présentées par les réseaux américains (7%), marquent encore d'autres différences. Finalement, les films prédominent dans la liste des programmations de langue française (21%) et sont présentés également, mais de façon moins évidente, par les réseaux américains (11.5%). Les films ne représentent que 3.5% de la programmation courante des réseaux de langue anglaise. Compte tenu de l'importance accordée aux films dans les réseaux de langue française, nous avons décidé de sous-catégoriser ce type d'émissions pour vérifier si la série policière qui s'avérait si importante pour les réseaux anglais ne l'était pas autant

dans la programmation de langue française, mais par le biais du film plutôt que par le format série. Nous avons trouvé, à l'examen, que ce n'était pas le cas puisque les films présentés étaient surtout des drames (voir l'appendice, Tableau II, pour détails à cet effet).

RESEAUX D'ETAT ET PRIVES (automne'75)

Si d'une part, la variable de la langue de diffusion peut expliquer en partie la diversité que l'on retrouve dans la programmation télévisuelle de la région de Montréal, une variable de type économique doit, d'autre part, être prise en considération. Nous avons synthétisé nos données en termes de régimes d'état et privés (réseaux), canadiens et américains. Ces données sont inscrites au tableau 3:

TABLEAU 3

Pourcentages d'unités/minutes par catégorie principale selon le régime des réseaux

D'état Canadiens		Privés Canadiens		Privés Américains	
Nouvelles	25%	Série policière	20%	Nouvelles	25%
Comédie	11.5%	Nouvelles	20%	Série policière	22%
Films (la plupart classés comme drames)	9.5%	Films (la plupart classés comme comédies)	15%	Films (la plupart classés comme drames)	11.5%
		Interviews	10.5%		

Si l'on examine les catégories principales d'émissions présentées par le biais des réseaux d'état canadiens et des réseaux privés canadiens et américains au cours de l'automne'75, on constate que tous les réseaux offrent un pourcentage élevé d'émissions de nouvelles. On constate également que

les réseaux d'état canadiens et les réseaux privés américains offrent une proportion substantielle de séries policières. D'autre part, les réseaux d'état canadiens présentent nettement plus de comédies. Les programmations des trois types de réseaux offrent toujours beaucoup de films. Enfin, on compte un pourcentage de 9% pour les émissions de jeu aux réseaux américains, 9% pour les affaires publiques aux réseaux d'état canadiens et 10.5% pour les émissions d'interviews aux réseaux privés canadiens.

En ce qui concerne les émissions d'interviews dont il vient d'être question, nous savons, grâce aux données antérieures, que la présence d'émissions de ce genre est dûe exclusivement à la programmation du réseau privé de langue française TVA. Pour plus de détails, voir le tableau III de l'appendice.

La programmation offerte par les réseaux privés canadiens (surtout d'expression anglaise), semble davantage se rapprocher de celle des réseaux privés américains que de celle des réseaux d'état canadiens. Il semble que Radio-Canada et CBC offrent d'autre part, une programmation non seulement différente à leurs auditoires, mais aussi une plus grande variété.

Quant à la variété des émissions offertes à la population de Montréal, elle est dûe sans doute à l'interaction des variables relatives à l'économie et à la langue. Cela nous paraîtra encore plus évident quand nous parlerons des préférences des téléspectateurs de Montréal dans leur choix d'émissions. Avant d'aborder cette partie de notre analyse, il serait cependant important de discuter un autre facteur, c'est-à-dire la proportion des productions canadiennes dans la programmation télévisuelle de Montréal.

CONTENU CANADIEN (automne'75)

Nos données sur la programmation télévisuelle offerte à l'automne'75, dans la région de Montréal, étaient analysées également en termes de contenu canadien. Bien que nous n'ayons pas fait la distinction dans cette étude entre les émissions produites localement (i. e. à Montréal) et les autres productions canadiennes, l'on doit comprendre que la production canadienne des réseaux de langue française se fait à Montréal presqu'exclusivement et comporte certaines caractéristiques régionales. Ces productions pourraient très bien être étiquetées "Fait au Québec" plutôt que "Fait au Canada". Le tableau 4 formule le pourcentage de productions (en fonction des unités/minutes) faites au Canada, aux Etats-Unis et dans les autres pays (i. e. surtout des pays européens). Pour des raisons évidentes, seule la programmation des réseaux canadiens a été analysée de cette manière.

TABLEAU 4

Pourcentage de productions canadiennes selon les réseaux

Réseaux / Pays d'origine	Radio-Canada	(sans les émissions de nouvelles)	CBC	(sans les émissions de nouvelles)	TVA	(sans les émissions de nouvelles)	CTV	(sans les émissions de nouvelles)
Canada	70%	(58%)	65%	(56%)	59%	(49%)	40%	(24%)
U. S.	23%	(33%)	24%	(30%)	31%	(39%)	59%	(74%)
Autres	7%	(9%)	11%	(14%)	10%	(12%)	1%	(2%)

Ce sont les réseaux d'état (i. e. Radio-Canada et CBC) qui offrent le plus haut pourcentage de productions canadiennes dans leur programmation. L'industrie privée comporte néanmoins des profils remarquablement diffé-

rents selon qu'il s'agisse de réseaux de langue française ou de langue anglaise. En effet CTV choisit beaucoup de productions américaines pour sa programmation aux heures de grande écoute, alors que TVA, qui est aussi un réseau privé, offre en grande partie des productions canadiennes. A cela, il faut ajouter que CTV importe le plus grand nombre de productions étrangères (pour ne pas dire américaines). D'autre part, son choix n'est guère diversifié quant au nombre de pays d'où il s'approvisionne.

Compte tenu du fait que les émissions de nouvelles (lesquelles sont évidemment des productions canadiennes) constituent une grande part de la programmation, nous avons cru bon de reconsidérer nos données en excluant cette catégorie d'émissions de notre analyse. La deuxième colonne du tableau 4 présente donc cette information.

D'ailleurs, nos résultats corroborent très clairement ce que nous avons déjà exprimé. CTV accuse la plus forte baisse de sa proportion de contenu canadien (16%) tandis que les autres réseaux continuent à offrir en prédominance à leurs téléspectateurs des productions à contenu canadien.

En poursuivant notre analyse, nous avons examiné, en fonction de ces mêmes variables, quel genre de programmation on offrait à Montréal au cours du printemps'76.

CATEGORIES GENERALES (Printemps'76)

Les principales caractéristiques de la programmation offerte par les réseaux, dans la région de Montréal pour cette période sont présentées au tableau 5.

TABLEAU 5

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale

Radio-Canada		CBC		TVA	
Nouvelles	30%	Comédie	25%	Films (pour la plupart des drames)	22%
Films (pour la plupart des drames)	13%	Nouvelles	20%	Nouvelles	20%
Affaires publiques	10%	Affaires publiques	10%	Interviews	20%
				Série policière	11%

CTV		CBS		NBC	
Série policière	30%	Nouvelles	30%	Série policière	33%
Nouvelles	20%	Série policière	16%	Nouvelles	20%
Comédie	15%	Comédie	14%	Films (la plupart des drames)	11%
		Série dramatique	11%	Variété	10%
		Emission de jeu	10%		

On offrait au téléspectateur montréalais à peu près la même variété d'émissions au printemps qu'à l'automne. Si on compile les listes des catégories d'émissions de chacun des réseaux, on distingue neuf catégories différentes en tout. Bien qu'on constate quelques différences entre la programmation du printemps et de l'automne, il s'agit de fluctuations du type suivant: les documentaires qui représentaient 10% de toutes les émissions à l'automne ne formaient plus que 5% de la programmation de Radio-Canada au printemps. Les émissions de sport avaient toutefois augmenté de 4% à l'automne à 7% au printemps. Cela peut s'expliquer du fait qu'on préparait la prochaine tenue des jeux olympiques. Les émissions de comédies au réseau

CBC étaient devenues encore plus importantes au printemps (25%) qu'elles ne l'étaient à l'automne (17%). On constate pour ce réseau également plus d'émissions d'affaires publiques (10%) et moins d'émissions de musique (printemps 8%, automne 15%); et de séries dramatiques (printemps 8%, automne 11%). Dans le cas de TVA, les pourcentages s'avèrent à peu près les mêmes pour le printemps et pour l'automne. Au réseau CTV, au printemps on retrouve surtout des séries policières (30%), des nouvelles (20%) et des comédies (15%), ainsi qu'une plus grande proportion de temps accordée aux émissions de sport. Enfin, CBS avait réduit la proportion de films (printemps 4%, automne 10%) en faveur des séries dramatiques (printemps 11%, automne 6%). Et, pour sa part, NBC augmentait légèrement le nombre de ses émissions de variété (printemps 10%, automne 7%). En ce qui a trait aux catégories principales (les trois plus importantes), qui représentent plus de 50% du temps de programmation de tous les réseaux, la programmation d'automne et du printemps semblait, tout compte fait, presque semblable. Pour plus de détails sur l'importance de chacune des catégories, voir le tableau IV de l'appendice qui offre une présentation complète de ces données.

LANGUE DE DIFFUSION (printemps'76)

Si on synthétise nos données sur la programmation télévisuelle offerte au printemps'76 en termes de variable linguistique, on obtient le tableau suivant:

TABLEAU 6

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale selon la langue de diffusion

Réseaux de langue anglaise		Réseaux américains		Réseaux de langue française	
Comédie	20%	Nouvelles	25%	Nouvelles	25%
Nouvelles	20%	Série policière	24.5%	Films (pour la plupart séries policières)	17.5%
Série policière	18.5%	Comédie	11%	Interviews	10%
		Série dramatique	9.5%		

Si on fait la comparaison, on constate que les trois groupes de réseaux: anglais, américains et français, accordent une proportion relativement élevée de leur période horaire aux émissions de nouvelles. Les séries policières, pour leur part, figurent sur deux des trois listes. Cette catégorie d'émission prédomine surtout pour les réseaux américains, (24.5%), ainsi que pour les réseaux de langue anglaise (18.5%). En ce qui a trait aux autres catégories, on trouve des séries dramatiques exclusivement sur la liste des réseaux américains.

On constate d'autre part que la programmation des réseaux américains accuse une baisse côté films (automne 11.5%; printemps 7.5%). Cette catégorie d'émission demeure quand même importante pour les réseaux de langue française (automne 21%; printemps 17.5%).

Dans le cas des réseaux de langue française, on remarque aussi que les films étaient surtout de type policier. Ce revirement du type dramati-

que (à l'automne) au type policier (au printemps) doit être cependant interprété dans son contexte. Environ la moitié des films présentés au printemps (i.e. la moitié de 17%) était de type policier, ce qui représente à peu près 8% du total de la programmation. Tout compte fait, la programmation du printemps ressemblait à celle de l'automne et les différences culturelles jouaient encore un rôle important pour le genre de programmation offerte à la population de Montréal. Pour plus de détails, consulter le tableau V de l'appendice.

LES RESEAUX D'ETAT ET PRIVES (printemps'76)

Les données synthétisées en termes de régimes et de nationalités des réseaux d'état canadiens, privés canadiens et américains, offrent les résultats suivants:

TABLEAU 7

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale selon le régime des réseaux

D'état canadien		Privés canadiens		Privés américains	
Nouvelles	25%	Série policière	20.5%	Nouvelles	25%
Comédie	15.5%	Nouvelles	20%	Série policières	24.5%
Affaires publiques	10%	Films (divisés également entre les drames, les policiers et les comédies)	12.5%	Comédie	11%
		Interviews	10%	Série dramatique	9.5%

Au printemps (1976), on trouve pratiquement des concentrations de

catégories d'émissions semblables à celles dont nous avons déjà fait mention pour l'automne. Aux réseaux privés américains, la disparition des émissions de jeu et l'apparition de séries dramatiques sont en fait les seules exceptions. Indépendamment du fait qu'elles soient diffusées sur les réseaux canadiens ou américains, les séries policières continuent à dominer la programmation des réseaux privés. Pour leur part, les comédies et les émissions d'affaires publiques gardent toujours leur place de catégories principales aux réseaux d'état canadiens. Pour plus de détails, voir le tableau VI de l'appendice.

CONTENU CANADIEN (printemps'76)

Nous avons également évalué l'importance des productions canadiennes pour la programmation des réseaux canadiens au printemps'76.

TABLEAU 8

Pourcentage de productions canadiennes selon les réseaux

Réseaux / Pays d'origine	Radio-Canada	(sauf les nouvelles)	CBC	(sauf les nouvelles)	TVA	(sauf les nouvelles)	CTV	(sauf les nouvelles)
Canada	78%	(68%)	63%	(53%)	61%	(52%)	44%	(30%)
U.S.	12%	(18%)	32%	(40%)	29%	(36%)	55%	(69%)
Autres	10%	(14%)	5 %	(7%)	10%	(12%)	1%	(1%)

Dans l'ensemble, au printemps, les réseaux canadiens avaient augmenté quelque peu la proportion de productions canadiennes dans leur programmation. Radio-Canada, en particulier, augmentait sa proportion de contenu canadien de 70% à l'automne , à 78% au printemps. Cette augmentation

est faite surtout au dépens des productions américaines (printemps 12%, automne 23%), puisque la proportion des productions provenant des autres pays augmentait (printemps 10%, automne 7%). Par contre, le réseau CBC affichait la tendance inverse avec une proportion de production des autres pays qui passait de 11% à l'automne à 5%. Dans le cas des deux autres réseaux, TVA et CTV, on remarque peu de changements. CTV demeure le seul réseau canadien de la région de Montréal à offrir en majorité des émissions américaines.

Si on exclut les nouvelles télévisées, on constate que la programmation du printemps reflète des tendances semblables à celle de l'automne et que CTV est le réseau dont la proportion de contenu canadien décroit le plus (14%).

En résumé, on constate qu'à l'exception de quelques fluctuations saisonnières mineures, la programmation télévisuelle diffusée à Montréal pendant les deux périodes d'enquête (automne'75, printemps'76) est caractérisée par un certain nombre de profils de programmation différents. Les facteurs linguistique , culturel , et jusqu'à un certain point économique , sont les principales causes de cet état de fait.

Maintenant que nous avons terminé l'étude des programmations offertes par les réseaux à la population de Montréal à l'automne'75 et au printemps'76, nous allons nous intéresser à ce que les téléspectateurs ont choisi de regarder durant ces mêmes périodes.

LES COTES D'ECOUTE EN FONCTION DE L'AUDITOIRE DE LA REGION DE MONTREAL

Dans cette partie, nous nous intéresserons aux types de programmations les plus regardées d'après les rapports de BBM. Certains problèmes ont rendu cependant la comparaison difficile entre les saisons d'automne et du printemps, compliquant de ce fait cette partie de notre analyse. A l'automne'75, BBM n'avait pu compiler ses informations aussi systématiquement qu'à l'habitude à cause d'une grève postale. Les données se rapportant à l'automne'75 étaient, pour cette raison, peu détaillées et n'offraient pas la précision et la validité habituelle assurée dans les rapports de BBM. Dans ce rapport, nous avons donc choisi d'analyser uniquement les données facilement comparables à celles du rapport du printemps. A cause de tous ces aléas, nous présentons donc les résultats de la manière suivante:

Automne'75	Les 30 émissions les plus regardées par l'ensemble de la population;
(Région centrale seulement)	Les 30 émissions, selon les catégories, les plus regardées par l'ensemble de la population;
Printemps'76	Les 30 émissions les plus regardées par l'ensemble de la population;
(Région centrale et territoire total de diffusion	Les 30 émissions, selon les catégories, les plus regardées par l'ensemble de la population;

Territoire total de diffusion	Les 10 émissions les plus regardées par les adultes de 18 ans et plus;
	Les 10 émissions les plus regardées par les femmes;
	Les 10 émissions les plus regardées par les hommes;
	Les 10 émissions les plus regardées par les adolescents;
	Les 10 émissions les plus regardées par les enfants.

METHODE

D'après les critères de BBM, l'identification de l'auditoire se divise en deux types particuliers. L'auditoire du territoire total de diffusion et l'auditoire de la région centrale. BBM donne la définition suivante de ces concepts:

Territoire total de diffusion:	"Le territoire total de diffusion comprend tous les comtés ou divisions de recensement ou autres régions d'enquête de BBM atteints soit directement, soit par cablodistribution, par les stations de télévision faisant l'objet du rapport. La région centrale est comprise dans le territoire total de diffusion. Veuillez noter que toutes les stations faisant l'objet du rapport peuvent être captées dans tout le territoire total de diffusion." La population du territoire total de diffusion de Montréal est d'environ 4,261,670.
Région centrale[1]:	"La région centrale est soit une région métropolitaine de recensement, soit un comté, soit une division de recensement, ou encore un groupe de comtés, ou un groupe de divisions de recensement. La définition précise de la région centrale pour ce rapport se trouve à la page des données du marché. Toutes les données concernant l'auditoire de la région centrale sont sous forme de pourcentage, soit les cotes d'écoute, soit les parts de l'auditoire." La population de la région centrale de Montréal est d'environ 2,811,890 personnes.

[1]Les statistiques présentées dans cette étude en rapport à la Région Centrale, proviennent d'une extrapolation basée sur l'estimation de la taille de la population de la Région Centrale telle que présentée dans les rapports de BBM 1975-1976. Ces estimations doivent être considérées comme approximatives et conservatrices de la taille réelle de cette population.

Nous avons transformé et évalué, pour notre étude, les pourcentages de la région centrale en nombre de téléspectateurs selon le mode utilisé dans le cas du territoire total de diffusion. Ces chiffres reflètent assez bien les préférences de l'auditoire bien que nous soyons conscients qu'il ne faille pas les prendre à leurs valeurs absolues.*

Nous ne pouvons faire aucune comparaison des données de l'automne et de celles du printemps pour le territoire total de diffusion parce que le rapport d'automne de BBM ne comporte que les données concernant l'auditoire de la région centrale. Bien qu'on ne trouve que peu de différence dans les préférences des auditoires de la région centrale et du territoire total de diffusion dans les grands centres urbains, on trouve plus de divergences dans les préférences des auditoires des marchés plus petits. Nous avons donc jugé bon de présenter ces deux types de données (région centrale et territoire total de diffusion) pour le printemps. Comme nous l'avons déjà mentionné, nous présenterons aussi un classement par groupes, selon l'âge et le sexe, pour les données du territoire total de diffusion.

Nous ne désirons pas insister davantage sur les méthodes de sondage de BBM, cette entreprise étant considérée par le gouvernement et par l'industrie comme une source d'information fiable pour les cotes d'écoute. Leurs rapports contiennent des chapitres Glossaire et Introduction qu'il est bon de consulter pour de plus amples détails.

---

* L'évaluation de la population du territoire total de diffusion est tirée de l'estimation de l'auditoire publiée dans le rapport de BBM 1975-76. On doit considérer ces estimations de la population du territoire total de diffusion comme étant conservatrices.

REGION CENTRALE (automne'75)

Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (2 ans et plus) pour la région centrale de Montréal à l'automne'75, figurent au tableau 9.

L'élément le plus frappant qui ressort de l'étude de ces données est que Radio-Canada et TVA, deux réseaux français, sont les seuls à avoir des émissions sur cette liste. Le réseau privé de langue française TVA domine cependant avec 23 des 30 émissions. Une étude approfondie du tableau 9 révèle qu'au moins deux émissions ("Le 10 vous informe" et "Parle parle, Jase jase"), offertes chaque jour de la semaine, représentent 1/3 (10/30) du total de la liste des émissions les plus regardées. On remarque enfin la forte prédominance des productions canadiennes. Pour tenir compte de cela de façon précise, dans le cas des films, nous avons divisé chaque unité de film en trois (pour les trois semaines d'échantillonnage) étant donné que BBM ne fait habituellement pas de références aux films pris individuellement. Cela signifie qu'une mention ou valeur de .3 est accordée au pays d'origine de chaque film. Ceci nous a permis de découvrir que 22 des 30 émissions les plus regardées étaient des productions canadiennes.

Pour permettre une meilleure compréhension de ces données, nous avons synthétisé l'information par catégories d'émissions. Le tableau 10 présente cette information en termes d'unités/émissions et d'unités/minutes. Comme nous l'avons déjà mentionné, les résultats de l'analyse en termes d'unités/minutes et en termes d'unités/émissions sont quelque peu similaires, sauf

dans le cas de la catégorie d'émissions "Film". Nous interprétons nos résultats uniquement en termes d'unités/minutes de façon à mieux évaluer l'importance des catégories d'émissions. La catégorie d'émissions que les Montréalais préfèrent en premier lieu est le film. Tenant compte du type de films diffusé pendant les trois (3) semaines durant lesquelles BBM a fait ses sondages, à l'automne'75, on a retrouvé des comédies (N:5), drames (N:4), policiers (N:3) et un western. Les émissions de type interviews (19%) présentés uniquement au réseau TVA se sont classés au second rang du tableau des préférences de l'auditoire. Les séries dramatiques policières étaient au troisième rang représentant 11% de disponibilité (de la part des téléspectateurs) pour les émissions les plus regardées.

Exception faite des films, interviews et nouvelles télévisées, on trouve une grande variété d'émissions (comédie , musique, téléroman , affaires publiques et série dramatique) qui ne sont pas offertes particulièrement en grande quantité à l'automne, mais qui ont la faveur des Montréalais. De fait, parmi les quatre émissions les plus regardées à Montréal, deux émissions sont des téléromans, une émission est de type comédie et une émission est un film.

TABLEAU 9

Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région de Montréal *

REGION CENTRALE

Population estimée à 2,811,890 personnes

	Nom d'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'ecoute
1.	Les Berger	TVA	CAN.	Téléroman	927,923
2.	Symphorien	TVA	CAN.	Comédie	815,448
3.	Dr. Jivago	R.C.	U.S.	Film	815,448
4.	Rue des Pignons	R.C.	CAN.	Téléroman	759,210
5.	Parle parle, Jase jase (lundi)	TVA	CAN.	Interview	618,615
6.	Hawaii 5-0	TVA	U.S.	Série policière	590,496
7.	Le 10 vous informe (lundi)	TVA	CAN.	Nouvelles	506,140
8.	Parle parle, Jase jase (mardi)	TVA	CAN.	Interview-variété	506,140
9.	Y'a pas de problème	R.C.	CAN.	Comédie	506,140
10.	Avec le temps	R.C.	CAN.	Série dramatique	478,021
11.	Parle parle, Jase jase (mer.)	TVA	CAN.	Interview-variété	478,021
12.	La p'tite semaine	R.C.	CAN.	Comédie	449,902
13.	Kojak	TVA	U.S.	Série policière	449,902
14.	Médecin d'aujourd'hui	TVA	U.S.	Série dramatique médicale	449,902
15.	Le 10 vous informe (mardi)	TVA	CAN.	Nouvelles	421,783
16.	Vedettes à nu	TVA	CAN.	Interview	421,783
17.	Parle parle, Jase jase (jeudi)	TVA	CAN.	Interview	393,664

* Evaluation de BBM en termes d'auditoires de la région centrale. (Automne '75)

TABLEAU 9 (suite)

	Nom d'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
18.	Parle parle Jase jase (vendredi)	TVA	CAN.	Interview	393,664
19.	A la Canadienne	TVA	CAN.	Musique	393,664
20.	Découvertes'75	TVA	CAN.	Musique	393,664
21.	Jeudi 8h30	TVA	U.S./FR/U.S.	Film	393,664
22.	Le 60	R.C.	CAN.	Affaires publiques	365,545
23.	Télésélection	R.C.	U.S.	Film	365,545
24.	Le 10 vous informe (mercredi)	TVA	CAN.	Nouvelles	365,545
25.	Le 10 vous informe (jeudi)	TVA	CAN.	Nouvelles	365,545
26.	Le Ranch à Willie	TVA	CAN.	Musique	365,545
27.	Les Grandes Productions	TVA	U.S/FR/Brit.	Film	365,545
28.	Les Incorruptibles	TVA	U.S.	Série policière	365,545
29.	Le 10 vous informe (vendredi)	TVA	CAN	Nouvelles	337,426
30.	Cinéma sur demande	TVA	U.S.	Film	337,426

^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^

TABLEAU 10

Les trente (30) émissions, classées par catégories, les plus regardées par l'ensemble de la population (2 ans et plus) de la région de Montréal*

REGION CENTRALE

Population estimée à 2,811,890 personnes

Catégorie d'émission	Unités/ Emissions	Catégorie d'émission	Unités/ Minutes
Interview	20%	Film	38%
Film	17%	Interview	19%
Nouvelles	17%	Série policière	11%
Comédie	10%	Nouvelles	9%
Musique	10%	Comédie	5%
Série policière	10%	Musique	5%
Téléroman	7%	Téléroman	3.3%
Série dramatique	3%	Affaires publiques	3.3%
Affaires publiques	3%	Série dramatique médicale	3.3%
Série dramatique médicale	3%	Série dramatique	2%

REGION CENTRALE (Printemps'76)

Le tableau 11 présente les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population de la région centrale de Montréal au printemps.

L'analyse des données ne révèle que peu de changements comparativement aux préférences exprimées à l'automne. Les deux réseaux d'expression française (Radio-Canada et TVA) sont une fois de plus les seuls représentés et le réseau TVA a la part du marché la plus importante avec 20 des 30 émissions figurant sur la liste.

---

* Evaluation de BBM en termes d'auditoires de la région centrale. (Automne'75)

Les interviews (Parle parle, Jase jase) et les nouvelles télévisées (le 10 vous informe) sont une fois de plus bien représentées sur cette liste (7 sur 30). Les productions canadiennes sont toujours prédominantes au printemps dans une proportion de 24 émissions sur 30.

Si on étudie ces données en termes de catégories d'émissions les plus regardées au printemps, on constate que les films, bien qu'ils soient en moins grand nombre (automne 38%, printemps 21%) et les émissions de type interviews (printemps 19%, automne 19%), dominent encore. On trouve de nouveau une part égale de films de types dramatique et drame policier. Les téléromans et les comédies conservent la faveur du public, avec une bonne cote en termes de parts de l'auditoire. (Voir tableau 12).

Une différence intéressante, entre les choix d'émissions exprimés à l'automne et au printemps, est la présence de plusieurs nouvelles catégories d'émissions sur la liste du printemps. Celles-ci apparaissent en plus des catégories se trouvant déjà sur celles de l'automne. Les sports (10%), les émissions d'aventures (4%), les émissions de jeu (4%), les documentaires (3%) et autres types d'émissions (1%) figurent maintenant sur la liste des trente (30) émissions les plus regardées au printemps.

TABLEAU 11

Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région de Montréal*

REGION CENTRALE

Population estimée à 2, 811, 890 personnes

	Nom d'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Les Berger	TVA	CAN.	Téléroman	927, 923
2.	Symphorien	TVA	CAN.	Comédie	843, 567
3.	Rue des Pignons	R. C.	CAN.	Téléroman	815, 448
4.	Y'a pas de problème	R. C.	CAN.	Comédie	702, 972
5.	Avec le temps	R. C.	CAN.	Série dramatique	562, 378
6.	La p'tite semaine	R. C.	CAN.	Comédie	534, 259
7.	Le 60	R. C.	CAN.	Affaires publiques	478, 021
8.	Télésélection (lundi)	R. C.	U.S./Brit./U.S.	Film	478, 021
9.	Quelle famille	R. C.	CAN.	Comédie	449, 902
10.	Parle parle, Jase jase (lundi)	TVA	CAN.	Interview	449, 902
11.	Parle parle, Jase jase (mardi)	TVA	CAN.	Interview	421, 783
12.	Hawaii 5-0	TVA	U. S.	Série policière	421, 783
13.	Monde de Disney	R. C.	U. S.	Aventure	421, 783
14.	Parle parle, Jase jase (mercredi)	TVA	CAN.	Interview	421, 783
15.	Le 10 vous informe (lundi)	TVA	CAN.	Nouvelles	393, 664
16.	La Corne d'abondance	TVA	CAN.	Autre	393, 664
17.	Les Grandes Productions	TVA	U.S./Brit./U.S	Film	393, 664

* Evaluation de BBM en termes d'auditoires de la région centrale. (Printemps' 76).

TABLEAU 11 (suite)

	Nom d'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
18.	Le Travail à la Chaîne	R.C.	CAN.	Jeu	393,664
19.	Parle parle, Jase Jase (jeudi)	TVA	CAN.	Interview	365,545
20.	Le 10 vous informe (mardi)	TVA	CAN.	Nouvelles	365,545
21.	Le 10 vous informe (mer.)	TVA	CAN.	Nouvelles	365,545
22.	Médecin d'aujourd'hui	TVA	U.S.	Série dramatique médicale	365,545
23.	Soirée du Hockey	R.C.	CAN.	Sports	365,545
24.	Parle parle, Jase jase(vendredi)	TVA	CAN.	Interview	365,545
25.	Ranch à Willie	TVA	CAN.	Musique	365,545
26.	Découvertes'76	TVA	CAN.	Musique	337,426
27.	J. P. Ferland	TVA	CAN.	Documentaire	337,426
28.	Qui dit vrai	TVA	CAN.	Emission de jeu	337,426
29.	Jeudi 8h30	TVA	FR./U.S/Brit.	Film	337,426
30.	Kojak	TVA	U.S.	Série policière	337,426

^^^^^^^^^^^^^^^^^^^

TABLEAU 12

Les trente (30) émissions, classées par catégories, les plus regardées, par l'ensemble de la population (2 and et plus) de la région de Montréal*

REGION CENTRALE

Population estimée à 2,811,890 personnes

Catégorie d'émission	Unités/ Emissions	Catégorie d'émission	Unités/ Minutes
Interview	17%	Film	21%
Comédie	14%	Interview	19%
Film	10%	Sports	10%
Nouvelles	10%	Comédie	7%
Téléroman	7%	Série policière	7%
Musique	7%	Nouvelles	6%
Emission de jeu	7%	Téléroman	4%
Série policière	7%	Affaires publiques	4%
Autre	3%	Aventure	4%
Sports	3%	Musique	4%
Série dramatique à sujet médical	3%	Emission de jeu	4%
Aventure	3%	Série dramatique à sujet médical	4%
Série dramatique	3%	Documentaire	3%
Affaires publiques	3%	Série dramatique	2%
Documentaire	3%	Autre	1%

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION (Printemps'76)

Si on étudie les cotes d'écoute du territoire total de diffusion, on constate que les trente (30) émissions les plus regardées au printemps sont pratiquement les mêmes pour le territoire total que pour la région centrale.

---

* Evaluation de BBM en termes d'auditoires de la région centrale. (Printemps'76)

Comme on le voit dans le tableau 13, il n'y a que quelques changements dans l'ordre de classement. On remarque toutefois deux nouvelles émissions parmi les toutes dernières mentions de la liste, Marcus Welby (série dramatique à sujet médical) et les Pierrafeu (Dessin animé).

Ainsi, la représentation des catégories d'émissions pour le territoire total de diffusion est aussi variée que celle de la région centrale. Comme on le voit au tableau 14, les émissions de type interviews et les films sont encore les catégories les plus importantes. Quant aux autres types d'émissions, ils sont représentés de la même façon que sur la liste de la région centrale, mis à part les dessins animés qui ne se retrouvent que sur la liste du territoire total de diffusion et les sports qui ne figurent que sur la liste de la région centrale.

Comme nous l'avons mentionné dans l'introduction, on trouve rarement des différences dans les préférences des auditoires, entre la région centrale et le territoire total de diffusion pour ce qui est des grands centres urbains.

GROUPES SELON LE SEXE

Pour compléter notre étude du marché à Montréal, nous avons analysé nos données en termes de programmation préférée par groupes selon le sexe et l'âge. Pour les groupes selon le sexe, nous avons compilé les dix (10) émissions les plus regardées au printemps'76 par les hommes et par les femmes, dans le territoire total de diffusion, selon les données de BBM.

TABLEAU 13

Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région de Montréal *

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 4,261,670 personnes

	Nom d'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Les Berger	TVA	CAN.	Téléroman	1,423,800
2.	Symphorien	R.C.	CAN.	Comédie	1,308,300
3.	Rue des Pignons	R.C.	CAN.	Téléroman	1,153,800
4.	Y'a pas de problème	R.C.	CAN.	Comédie	994,900
5.	Avec le Temps	R.C.	CAN.	Série dramatique	792,700
6.	La p'tite semaine	R.C.	CAN.	Comédie	735,400
7.	Parle parle, Jase jase (lundi)	TVA	CAN.	Interview	711,900
8.	Quelle famille	R.C.	CAN.	Comédie	698,800
9.	Le 10 vous informe (lundi)	TVA	CAN.	Nouvelles	681,600
10.	Télésélection	R.C.	Brit./U.S.	Film	661,600
11.	Parle parle, Jase jase (mardi)	TVA	CAN.	Interview	657,400
12.	Parle parle, Jase jase (mercredi)	TVA	CAN.	Interview	644,600
13.	Le 60	R.C.	CAN.	Affaires publiques	643,500
14.	Hawaii 5-0	TVA	U.S.	Série policière	637,800
15.	Le Monde merveilleux de Disney	R.C.	U.S.	Aventure	636,400

* Evaluation de BBM pourles auditoires du territoire total de diffusion. (Printemps'76)

TABLEAU 13 (suite)

	Nom d'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
16.	Le 10 vous informe (mardi)	TVA	CAN.	Nouvelles	629,900
17.	Parle parle, Jase jase, (jeudi)	TVA	CAN.	Interview	612,400
18.	Médecin d'aujourd'hui	TVA	U.S.	Série dramatique à sujet médical	583,100
19.	Parle parle, Jase jase (vendredi)	TVA	CAN.	Interview	582,900
20.	Le Ranch à Willie	TVA	CAN.	Musique	581,700
21.	Les Grandes Productions	TVA	U.S./FR/U.S	Film	575,900
22.	La Corne d'abondance	TVA	CAN.	Autre	565,200
23.	Le 10 vous informe (mercredi)	TVA	CAN.	Nouvelles	563,300
24.	Le Travail à la Chaîne	R.C.	CAN.	Emission de jeu	558,800
25.	Le 10 vous informe (jeudi)	TVA	CAN.	Nouvelles	542,600
26.	Découvertes'76	TVA	CAN.	Musique	539,400
27.	Kojak	TVA	U.S.	Série policière	535,700
28.	Marcus Welby	R.C.	U.S.	Série dramatique à sujet médical	518,700
29.	Les Pierrafeu	R.C.	U.S.	Dessins animés	502,400
30.	A la Canadienne	TVA	CAN.	Musique	489,500

^^^^^^^^^^^^^^^^

TABLEAU 14

Les trente (30) émissions, classées par catégories, regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région de Montréal *

Catégorie d'émission	Unités / émissions	Catégorie d'émission	Unités / minutes
Interview	17%	Interview	22%
Comédie	13.5%	Film	16%
Nouvelles	13.5%	Comédie	9%
Musique	10%	Nouvelles	9%
Film	7%	Série dramatique à sujet médical	9%
Téléroman	7%	Série policière	9%
Série policière	7%	Musique	7%
Série dramatique à sujet médical	7%	Téléroman	4%
Affaires publiques	3%	Affaires publiques	4%
Série dramatique	3%	Aventure	4%
Aventure	3%	Dessins animés	2%
Emission de jeu	3%	Emission de jeu	2%
Dessins animés	3%	Série dramatique	2%
Autre	3%	Autre	1%

^^^^^^^^^^^^^^^^^^

* Evaluation de BBM pour les auditoires du territoire total de diffusion (Printemps'76)

Comme on le voit dans le tableau 15, dans l'ensemble, les hommes et les femmes ont exprimé à peu près les mêmes goûts. 7 sur 10 émissions les plus regardées sont les mêmes pour les deux groupes, bien que l'ordre de classement varie. Les principales exceptions sont d'une part, la présence de deux émissions de nouvelles télévisées sur la liste des hommes, alors qu'une seule de ces émissions figure sur celle des femmes; celles-ci, par contre, préférant deux émissions d'interviews. D'autre part, les hommes ajoutent à leur liste des films et des séries policières. En ce qui a trait à l'origine du contenu des productions, toutes les émissions qui figurent sur la liste des femmes et, 8 sur 10 des émissions qui figurent sur celle des hommes, sont des productions canadiennes. Proportionnellement à la taille de l'auditoire, les femmes semblent généralement regarder davantage les émissions que les hommes. A titre d'exemple, l'émission la plus suivie par les femmes (i.e. Rue des Pignons), était regardée par 600,900 femmes alors que celle qui figurait en tête de liste pour les hommes (i.e. Les Berger) n'atteignait que 401,600 téléspectateurs masculins. (Voir tableau 15).

GROUPES SELON L'AGE

Nous avons divisé nos données en trois (3) groupes selon l'âge: les adultes, 18 ans et plus; les adolescents, 12-17 ans; les enfants, 2-11 ans. On doit noter que les listes des dix (10) émissions les plus regardées par tous les groupes d'âge (i.e. adultes, adolescents et enfants) ne comprennent que les émissions diffusées entre 18h et 23h.

TABLEAU 15

Les dix (10) émissions les plus regardées par les femmes (18 ans et plus) de la région de Montréal*

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 4, 261, 670 personnes

	Nom d'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Rue des Pignons	R.C.	CAN.	Téléroman	600, 900
2.	Les Berger	TVA	CAN.	Téléroman	594, 300
3.	Symphorien	TVA	CAN.	Comédie	465, 500
4.	Y'a pas de problème	R.C.	CAN.	Comédie	369, 400
5.	Parle parle, Jase jase	TVA	CAN.	Interview	356, 800
6.	Parle parle, Jase jase	TVA	CAN.	Interview	341, 100
7.	Le 60	R.C.	CAN.	Affaires publiques	337, 200
8.	Le 10 vous informe	TVA	CAN.	Nouvelles	331, 000
9.	Parle parle, Jase jase	TVA	CAN.	Interview	324, 100
10.	Avec le temps	R.C.	CAN.	Série dramatique	304, 600

Les dix (10) émissions les plus regardées par les hommes (18 ans et plus) de la région de Montréal*

	Nom d'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Les Berger	TVA	CAN.	Téléroman	401, 600
2.	Symphorien	TVA	CAN.	Comédie	398, 800
3.	Rue des Pignons	R.C.	CAN.	Téléroman	326, 200
4.	Le 10 vous informe	TVA	CAN.	Nouvelles	276, 000
5.	Parle parle, Jase jase	TVA	CAN.	Interview	265, 200
6.	Le 10 vous informe	TVA	CAN.	Nouvelles	263, 500
7.	Télésélection	R.C.	Brit./U.S./U.S	Film	255, 700
8.	Y'a pas de problème	R.C.	CAN.	Comédie	251, 600
9.	Le 60	R.C.	CAN.	Affaires publiques	251, 000
10.	Hawaii 5-0	TVA	U.S.	Série policière	250, 100

* Evaluation de BBM pour les auditoires du territoire total de diffusion. (Printemps '76).

A première vue on remarque que les trois groupes d'âge n'ont que trois émissions (deux comédies et un téléroman) en commun parmi leurs émissions favorites. En comparant les listes, on constate que ce sont les enfants et les adolescents qui ont le plus d'émissions favorites en commun. Les deux groupes expriment les mêmes préférences pour 8 des 10 émissions, surtout en ce qui a trait aux comédies et aux émissions d'aventure. La liste des adultes, d'autre part, est constituée principalement de téléromans, d'interviews et de nouvelles télévisées. Ces deux dernières catégories sont complètement absentes des listes des adolescents et des enfants (Voir tableau 16).

En ce qui a trait au contenu canadien, les dix (10) émissions sur la liste des adultes, huit des dix émissions sur la liste des adolescents et sept des dix émissions sur la liste des enfants, sont des productions canadiennes. La taille de l'auditoire est à peu près la même pour les adolescents (237, 700) et pour les enfants (222, 300). Les émissions les plus regardées par les adultes atteignaient un auditoire de 995, 900 personnes.

En fin, il est intéressant de noter que la majorité des adultes choisissent la plupart de leurs émissions au réseau d'expression française TVA (sept sur dix émissions); tandis que les adolescents (sept sur dix émissions) et les enfants (huit sur dix émissions) choisissent plutôt leurs émissions au réseau français de Radio-Canada.

TABLEAU 16

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adultes
(18 ans et plus) de la région de Montréal*

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 4,261,670 personnes

	Nom d'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Les Berger	TVA	CAN.	Téléroman	995,900
2.	Rue des Pignons	R.C.	CAN.	Téléroman	927,100
3.	Symphorien	TVA	CAN.	Comédie	863,500
4.	Parle parle, Jase jase	TVA	CAN.	Interview	622,000
5.	Y'a pas de problème	R.C.	CAN.	Comédie	621,000
6.	Le 10 vous informe	TVA	CAN.	Nouvelles	607,000
7.	Le 60	R.C.	CAN.	Affaires publiques	588,600
8.	Parle parle, Jase jase	TVA	CAN.	Interview	582,600
9.	Le 10 vous informe	TVA	CAN.	Nouvelles	557,900
10.	Parle parle, Jase jase	TVA	CAN.	Interview	551,700

Les dix (10) émissions les plus regardées par les
adolescents (12-17 ans) de la région de Montréal*

	Noms d'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Symphorien	TVA	CAN.	Comédie	237,700
2.	Les Berger	TVA	CAN.	Téléroman	205,600
3.	Y'a pas de problème	R.C.	CAN.	Comédie	196,300
4.	Avec le temps	R.C.	CAN.	Série dramatique	164,400
5.	Rue des Pignons	R.C.	CAN.	Téléroman	155,800
6.	Quelle famille	R.C.	CAN.	Comédie	148,300
7.	La p'tite semaine	R.C.	CAN.	Comédie	111,000
8.	Le monde merveilleux de Dysney	R.C.	U.S.	Aventure	99,800
9.	Robinson Suisse	R.C.	CAN.	Aventure	95,800
10.	Les Grandes productions	TVA	US./FR/U.S.	Film	95,600

* Evaluation de BBM en termes d'auditoires pour le territoire total de diffusion. (Printemps'76)

TABLEAU 16 (suite)

Les dix (10) émissions les plus regardées par les enfants (2-11 ans) de la région de Montréal *

Nom d'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1. Les Berger	TVA	CAN.	Téléroman	222,300
2. Quelle famille	R.C.	CAN.	Comédie	212,400
3. Symphorien	TVA	CAN.	Comédie	207,100
4. Le Monde merveilleux de Dysney	R.C.	U.S.	Aventure	178,300
5. Y'a pas de problème	R.C.	CAN.	Comédie	177,600
6. Les Pierrafeu	R.C.	U.S.	Dessins animés	171,900
7. Robinson Suisse	R.C.	CAN.	Aventure	138,400
8. La p'tite semaine	R.C.	CAN.	Comédie	133,900
9. Avec le temps	R.C.	CAN.	Série dramatique	115,300
10. Marcus Welby	R.C.	U.S.	Série dramatique à sujet médical	110,400

* Evaluation de BBM en termes d'auditoires pour le territoire total de diffusion (printemps '76)

RESULTATS

A) LA PROGRAMMATION TELEVISUELLE OFFERTE DANS LA REGION DE TORONTO

CARACTERISTIQUES DEMOGRAPHIQUES

Au recensement de 1971, la population de la région métropolitaine de Toronto était de 2,628,045 personnes dont 1,300,525 hommes et 1,327,500 femmes. Les familles comptaient en moyenne 3.4 personnes et 1,5 enfants. Le revenu familial moyen était de $11,841. 1,940,735 personnes se disaient de langue maternelle française et 641,735 personnes mentionnaient d'autres langues. 2,148,950 personnes déclaraient parler l'anglais à la maison, 189,420 l'italien, 30,300 l'allemand, 22,570 l'Ukrainien, 20,580 le français, 19,555 le polonais et 4,020 le néerlandais.

Dans la région métropolitaine de Toronto, on compte un total de 1,495,295 Britaniques, 271,755 Italiens, 116,640 Allemands, 91,975 Français, 71,030 Asiatiques, 60,755 Ukrainiens, 51,185 Polonais, 44,430 Hollandais, 23,350 Hongrois, 18,360 Scandinaves et 5,265 Russes.

57% de la population de la région de Toronto est donc d'origine britanique et 43% provient d'autres cultures. Toronto est, parmi les grandes villes canadiennes, l'une de celles qui a accès au plus grand nombre de réseaux de télévision. C'est également l'un des principaux centres de production télévisuelle.

---

1. Statistiques Canada. Recensement du Canada 1971. Catalogue 95-75

LES CARACTERISTIQUES DE LA TELEDIFFUSION

Nous étudierons, pour la région de Toronto, la programmation offerte par les principaux réseaux qui se partagent la plus grande part du marché. Ce sont les réseaux suivants: le réseau d'état d'expression anglaise CBC (CBLT-5) et son pendant d'expression française Radio-Canada (CBFT-25), le réseau privé d'expression anglaise CTV (CFTO-9), le réseau indépendant d'expression anglaise Toronto-Hamilton (CHCH-TV-11) et le réseau indépendant d'expression anglaise d'Uxbridge (CKGN-TV-22). Il y a également 3 réseaux américains, soit CBS de Buffalo (WBEN-4), NBC de Buffalo (WGR-2) et ABC de Buffalo (WKBW-TV-7), dont le rayon de diffusion atteint Toronto et qui feront également l'objet de notre étude. Nous avons décidé de ne pas inclure deux autres réseaux qui rejoignent également la régio (CITY-TV-79 et WUTV-29) pour plusieurs raisons, entre autres leur part de l'auditoire. Enfin, on doit souligner la présence de TV Ontario qui relève de l'O.E.C.A. (Ontario Educational Communicati Authority), le réseau éducatif provincial de l'Ontario qui tente d'offrir une programmation à la fois éducative et divertissante. Ce réseau offre aussi des émissions en français destinées aux téléspectateurs francophones et bilingues. Bien que sa part du marché ne soit guère comparable à celle des autres grands réseaux nous avons crû bon l'inclure à l'analyse du fait qu'il offre une alternative aux téléspectateurs de Toronto. Nous discuterons don brièvement de sa programmation et ses cotes d'écoute à la fin de cette section.

L'une des caractéristiques du marché de Toronto réside dans le fait d'un important chevauchement pour certaines catégories d'émissions entre les réseaux canadiens et américains. Nous avons donc combiné les cotes d'écoute d'une même émission quand elle était présentée simultanément par deux réseaux différents pour mieux évaluer la popularité de cette émission ainsi que la taille de son auditoire. Lorsque cela se présente, nous avons toujours noté dans nos tableaux les réseaux concernés. La diffusion des nouvelles télévisées du soir à 22h par CKGN et à 22h30 par CBLFT est un autre facteur de la programmation à Toronto. Nous ferons état de ces émissions dans notre analyse, mais elles demeurent marginales par rapport aux autres réseaux.

On évalue à 68%, dans le rapport de BBM*, la proportion des foyers jouissant de la cablodistribution pour le marché de Toronto. On pourrait croire que l'ampleur de la cablodistribution garantisse automatiquement une programmation plus diversifiée à cause de l'accessibilité à un plus grand nombre de réseaux.

C'est là une des questions auxquelles nous tenterons de répondre. Enfin, le pourcentage des foyers qui possèdent un télécouleur est de 62%.

Nous avons fait l'analyse qui suit en procédant de la même manière que pour les autres marchés. Nous avons fait notre étude aux mêmes époques de l'année, utilisé les mêmes définitions des heures de grande écoute, des catégories générales et des unités/minutes.

---

* Rapport BBM, printemps 76

CATEGORIES GENERALES (automne 75)

Les principales caractéristiques de la programmati des réseaux de Toronto sont exposées au tableau 17. Si on s'inté resse aux principales catégories d'émissions (unités/minutes) à l'automne 75, on remarque les éléments suivants:

TABLEAU 17

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale

CBC (CBLT)		CTV (CFTO)		INDEPENDANT (CHCH)	
Nouvelles	20%	Série policière	28%	Série policière	27
Comédie	19%	Jeu	13%	Jeu	12
Musique	13%	Comédie	11%	Musique	11
Variété	12%	Nouvelles	10%	Film (la plupart de type dramatique)	11
		Film (la plupart de type dramatique)	10%	Nouvelles	10

GLOBAL (CKGN)		RADIO-CANADA (CBLFT)		NBC (WGR)	
Nouvelles	29%	Nouvelles	29%	Nouvelles	21
Série Policière	22%	Film(la plupart de type dramatique)	22%	Film(la plupart de type dramatique)	18
Film (la plupart de type dramatique)	22%	Documentaire	12%	Série policière	17
Comédie	16%	Affaires publiques	11.5%	Série dramatique	10
				Sports	10

CBS (WBEN)		ABC (WKBW)	
Nouvelles	31%	Nouvelles	20%
Film (la plupart de type dramatique)	14%	Jeu	19%
Comédie	13%	Sports	18%
Sports	13%	Série Policière	17%
Série	11%		

Comme on peut le voir, les 8 principaux réseaux d'expression anglaise offrent au téléspectateur torontois moyen 9 catégories différentes d'émissions (série dramatique, variété, film,sports, jeu, musique, comédie, nouvelles et série policière). Pour sa part, le réseau d'expression française offre 2 catégories distinctes d'émissions (affaires publiques et documentaires).

Les nouvelles télévisées obtiennent la plus grande proportion de la programmation pour tous les réseaux. WBEN, réseau américain, décroche le pourcentage le plus élevé avec 31% et CBLFT, réseau d'expression française obtient 29%. CHCH (10%) et CFTO (10%) ont le pourcentage le plus bas quant aux émissions de nouvelles. Les séries policières et les films sont les deux types d'émissions les plus courants pour 5 des 8 réseaux. D'une part, seuls CBLT (4%) et CBLFT (0%) ne présentent pas ou peu d'émissions policières; d'autre part, CBLT (0%) et WKBW (6%) offrent rarement des films. Le plus grand promoteur d'émissions de type série policière est CFTO (28%), suivi de près par CHCH (27%). On voit que les réseaux canadiens ont dépassé leurs voisins du sud en tant que promoteurs de programmation de type violent. Les films (22%) sont d'autre part présentés surtout par le réseau d'expression française CBLFT. La catégorie qui se classe au troisième rang pour 4 des 8 réseaux est celle des émissions du type comédie (CBLT 19%, CKGN 16%, WBEN 13%, CFTO 11%).

Pour plus de détails quant à l'importance de chaque catégorie pour chaque réseau, voir le tableau 7 de l'appendice. Ce tableau présente les pourcentages en termes d'unités/minutes et d'unités/émissions pour chacune des catégories.

LA LANGUE DE DIFFUSION (automne 75)

On remarque, dans les données déjà présentées, qu'au moins un réseau (CBLFT) est marginal par rapport aux autres quant à ce qu'il offre aux téléspectateurs en termes de langue de diffusio et de catégories de la programmation. Nous avons synthétisé nos données selon cette variable tout en faisant la distinction entre les réseaux canadiens et américains, de façon à démontrer clairement cet aspect de la question. Les catégories principales offertes aux téléspectateurs dans la région de Toronto à l'automne 75 sont présentées au tableau 18.

TABLEAU 18

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale selon la langue de diffusion

Réseaux de langue anglaise		Réseaux américains		Réseaux de langue française	
Série policière	20%	Nouvelles	24%	Nouvelles	29%
Nouvelles	17%	Série policière	15%	Film (la plupart de type dramatique)	22%
Comédie	12%	Sports	14%		
Film (la plupart de type dramatique)	11%	Film (surtout de type dramatique)	12%	Documentaire	12%
				Affaires publiques	11.5

A part la prédominance des nouvelles télévisées pour tous les réseaux, il semble y avoir d'importantes différences reliées à la langue de diffusion dans le type de programmation offert aux téléspectateurs torontois. L'une de ces différences réside dans l'importance des séries policières pour les réseaux d'expression anglaise et pour les réseaux américains, alors que le réseau de langue française n'en diffuse que très peu.

On constate d'autres différences du genre avec le grand nombre de documentaires (12%) et d'émissions d'affaires publiques (11.5%), au réseau de langue française, proportionnellement aux réseaux de langue anglaise (2% et 4% respectivement) et aux réseaux américains (2% et 1%) respectivement. Les émissions de sports (14%) ne sont fréquemment présentées qu'aux réseaux américains. Enfin, les films ont une place relativement importante dans la programmation de tous les réseaux, mais plus particulièrement au réseau d'expression française (22%). Compte tenu de l'importance de ce type d'émission au réseau de langue française, nous avons décidé de le subdiviser en sous-catégories comme nous l'avions fait pour le marché de Montréal. Au cours de cette analyse, nous avons constaté que le contenu des films était surtout de type dramatique (Voir tableau VIII de l'appendice).

LES RESEAUX D'ETAT ET LES RESEAUX PRIVES (automne 75)

L'analyse de nos données nous a démontré que les différences dans la programmation tenaient non seulement du facteur de la langue de diffusion mais aussi du facteur économique. Nous avons synthétisé nos données en termes de régime des réseaux, soit les réseaux d'état canadiens et les réseaux privés canadiens ainsi que les réseaux privés américains. Le tableau 19 présente ces données.

TABLEAU 19

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale selon les réseaux

D'ETAT CANADIENS		PRIVES CANADIENS		PRIVES AMERICAINS	
Nouvelles	24.5%	Série policière	26%	Nouvelles	24%
Comédie	11.5%	Nouvelles	16%	Série policière	15%
Film (la plupart de type dramatique)	11%	Film (la plupart de type dramatique)	14%	Sports	14%
Affaires publiques	10%	Comédie	10%	Film (la plupart de type dramatique)	12%

Si on étudie les principales catégories d'émissions offertes par les réseaux d'état canadiens, les réseaux privés canadiens et américains à l'automne 75, on constate que tous les réseaux présentent à peu près les mêmes pourcentages et les mêmes types de films. Les nouvelles télévisées occupent une bonne part de la programmation quoiqu'elles s'avèrent moins importantes pour les réseaux privés canadiens (16%). Les réseaux privés canadiens se distinguent des autres du fait qu'ils consacrent plus de temps aux émissions de type série policière (26%). Les réseaux privés américains n'allouent que 15% de leur temps de diffusion à ce type de programmation. Les réseaux d'état canadiens n'offrent que très peu d'émissions du genre série policière (2%) dans la programmation télévisuelle. Ils offrent plutôt des émissions d'affaires publiques (10%). Quant aux autres catégories d'émissions, on doit tenir compte des comédies qui occupent une part de la programmation tout aussi importante pour les réseaux canadiens d'état (11.5%) et privés (10%); les émissions de sports décrochent 14% pour les réseaux américains.

Il nous semble donc qu'il faille d'avantage prendre en considération les facteurs économiques pour comprendre les structures de la programmation télévisuelle destinée au marché de Toronto. En étudiant non seulement les types de catégories, mais encore le pourcentage de temps alloué à chaque catégorie, on constate que les trois types de réseaux ont des profils de programmation tout à fait différents (Voir tableau de l'appendice).

LE CONTENU CANADIEN (automne 75)

Nous avons également analysé nos données sur la programmation télévisuelle de la région de Toronto à l'automne 75 en termes de contenu canadien. On trouve au tableau 20 la proportion de productions canadiennes (en termes d'unités/minutes), américaines et celle provenant d'autres pays (i.e. surtout des pays européens). Nous n'avons analysé que les réseaux canadiens sous ce rapport.

TABLEAU 20

Pourcentage le productions canadiennes selon les réseaux

Réseaux	Radio-Canada	CBC	CTV	INDEPENDANT	GLOBAL
Pays d'origine	(CBLFT) sans nouvelles	(CBLT) sans nouvelles	(CFTO) sans nouvelles	(CHCH) sans nouvelles	(CKGN) sans nouvelles
Canada	67.5% (54%)	66% (57%)	37% (29%)	38% (30%)	39.5% (15%)
U.S.	25 % (36%)	28% (35%)	60% (67%)	62% (70%)	60.5% (85%)
Autre	7.5% (10%)	6% (8%)	3% (4%)	0% (0%)	0 % (0%)

On trouve les plus grandes proportions de productions canadiennes aux deux réseaux d'état (i.e. Radio-Canada et CBC). D'autre part, les réseaux privés n'atteignent pas 40% de contenu canadien. Ils sont donc les plus grands importateurs de productions étrangères, malgré le petit nombre de pays desquels ils choisissent de s'approvisionner. Les Etats-Unis ainsi ont le monopole des émissions exportées vers les réseaux canadiens privés. Le réseau CHCH présente la plus forte proportion de productions américaines, soit 62% des émissions diffusées.

Nous avons reconnu que les nouvelles télévisées (productions canadiennes) constituaient une part importante de la programmation; nous avons donc analysé nos données comme nous l'avions fait pour les autres marchés, en excluant cette catégorie. La deuxième colonne du tableau 20 présente ces résultats.

Nos résultats démontrent que malgré une baisse, les 2 réseaux d'état, (Radio-Canada 54%; CBC 57%), ne cessent de présenter majoritairement des productions canadiennes. Global qui détient, comme nous l'avons lu antérieurement, un fort pourcentage de nouvelles télévisées, accuse une baisse considérable (i.e. une diminution de 24.5%). A partir de ces données, on peut facilement conclure que les téléspectateurs torontois seraient davantage sensibilisés aux valeurs et images américaines qu'aux valeurs et images canadiennes s'ils ne regardaient que la programmation offerte par les réseaux privés canadiens. Etant donné que cette partie de notre analyse traite des types d'émissions offertes à la population, cette hypothèse ne pourra être vérifiée que lors de l'étude des préférences exprimées par les téléspectateurs torontois dans leur sélection d'émissions.

Avant de présenter cette information, nous allons toutefois compléter cette partie de notre analyse en examinant ce qu'on offrait comme type de programmation à Toronto, au printemps 76.

LES CATEGORIES GENERALES (Printemps 76)

Le tableau 21 présente les principales catégories d'émissions (unités/minutes) diffusées dans la région de Toronto, au printemps 76, pour chaque réseau.

TABLEAU 21

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale

CBC (CBLT)		CTV (CFTO)		INDEPENDANT (CHCH)	
Nouvelles	20%	Série policière	29%	Série policière	24%
Comédie	20%	Comédie	13%	Jeu	10%
Affaires publiques	10%	Jeu	12%	Nouvelles	10%
		Nouvelles	10%		

GLOBAL (CKGN)		RADIO-CANADA (CBLFT)		NBC (WGR)	
Nouvelles	27%	Nouvelles	30%	Série policière	25%
Série Policière	21%	Film (surtout des drames)	19%	Nouvelles	20%
Sports	19%	Affaires publiques	14%	Film (surtout des drames)	11%
Comédie	16%			Sports	10%

CBS (WBEN)		ABC (WKBW)	
Nouvelles	30%	Nouvelles	20%
Comédie	15%	Jeu	17%
Sports	15%	Film	14%
Série dramatique	11%	Série policière	12%
		Sports	10%

Il semble qu'on ait offert, au téléspectateur torontois moyen, une moins grande variété d'émissions au printemps qu'à l'automne. En fait, on ne trouve que 8 catégories distinctes d'émissions pour 11 à l'automne si on compile les listes des catégories principales pour chaque réseau. Les listes ne comportent plus les catégories suivantes: musique, variété, documentaires.

Tous les réseaux semblent avoir quelque peu modifié leur programmation du printemps. Les nouvelles télévisées, séries policières, comédies et les jeux conservent à peu près la même importance au printemps par rapport à l'automne. Les séries policières sont encore en force pour CTV (29%), Global (27%) et Independant CHCH (24%). Les nouvelles télévisées demeurent la catégorie principale aussi bien pour Radio-Canada (30%) que pour CBC (20%). On trouve d'autre part, quant aux variations spécifiques des réseaux, que CBC a augmenté au printemps ses émissions d'affaires publiques (printemps 10%, automne 8%) et réduit ses émissions de variété (printemps 8%, automne 12%). Radio-Canada, pour sa part, réduisait le nombre de ses émissions de type documentaire (printemps 5%, automne 12%). Quant aux autres réseaux canadiens, nous avons remarqué une diminution considérable des films dans le cas de CTV (printemps 2%, automne 10%) et de Global (printemps 5%, automne 22%), ainsi qu'une petite diminution pour la catégorie d'émissions musique à CHCH Independant (printemps 9%, automne 11%). Global a néanmoins accru sensiblement le nombre des émissions sportives dans sa programmation (printemps 19%, automne 2%).

Enfin, l'étude de nos données nous a permis de constater, en ce qui concerne les réseaux américains, d'autres changements entre les programmations présentées à l'automne et au printemps. D'une part, la programmation contient une moins forte proportion de films pour les réseaux CBS (printemps 8%, automne 14%) et NBC (printemps 11%, automne 18%), tandis que ABC accuse une hausse dans cette même catégorie (printemps 14%, automne 6%). NBC augmentait son pourcentage de séries policières (printemps 25%, automne 17%), tandis que CBS (printemps 9%, automne 11%) et ABC (printemps 12%, automne 17%) diminuait ce même pourcentage. Toutefois, la proportion globale d'émissions policières demeure assez stable dans l'ensemble. En ce qui concerne les séries dramatiques, NBC accuse une baisse (printemps 8%, automne 10%) et ABC accuse également une baisse coté sports (printemps 10%, automne 18%); d'autre part CBS augmente sa proportion d'émissions dans la catégorie série dramatique (printemps 11%, automne 2%). Pour plus de détails sur l'importance de chaque catégorie, voir le tableau X de l'appendice qui offre une présentation complète de ces données.

On découvre que la programmation offerte dans la région de Toronto au printemps 76 comporte moins de diversité que celle de l'automne 75.

LA LANGUE DE DIFFUSION

Nous avons synthétisé nos données sur la programmation offerte au printemps 76, en termes de langue de diffusion:

TABLEAU 22

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale selon la langue de diffusion

Réseaux de langue anglaise		Réseaux américains		Réseaux de langue française	
Série Policière	20%	Nouvelles	24%	Nouvelles	30%
Nouvelles	17%	Série policière	15%	Film(la plupart de type dramatique	19%
Comédie	13%	Sports	12%	Affaires publiques	14%
		Film(la plupart de type dramatique	11%		
		Comédie	10%		

Si on observe les ressemblances, on remarque que les émissions de nouvelles télévisées figurent sur les 3 listes et atteignent la plus forte proportion au réseau de langue française (30%) et la plus faible au réseau de langue anglaise (17%). Les réseaux de langue anglaise et les réseaux américains sont, d'autre part, les seuls à diffuser une quantité appréciable de séries dramatiques, (anglais 20%, américains 15%) et de comédies (anglais 13%, américains 10%). Radio-Canada, pour sa part, préfère offrir un plus grand nombre de films de type dramatique (19%) comme le font les réseaux américains, mais dans une moins large mesure (11%). Enfin, les Affaires publiques ne sont offertes que par Radio-Canada (14%) et les sports que par les réseaux américains (12%).

tions pour la liste des catégories principales sont l'exclusion des films (printemps 5%; automne 14%) aux réseaux privés canadiens et un plus grand nombre de comédies (printemps 10%; automne 9%) aux réseaux privés américains. Les comédies et les nouvelles télévisées sont de nouveau les deux seules catégories d'émissions communes au trois types de réseaux. Les films sont surtout offerts par les réseaux d'état canadiens. Les réseaux américains se distinguent par la quantité des émissions de sport qu'ils présentent. Pour plus de détails, voir le tableau XII de l'appendice.

LE CONTENU CANADIEN (printemps'76)

Nous avons également analysé la proportion des productions canadiennes dans la programmation des réseaux canadiens pour le printemps.

TABLEAU 24

Pourcentage de productions canadiennes selon les réseaux

Réseaux / Pays d'origine	Radio-Canada (CBLFT)	(sans les nouvelles)	CBC (CBLT)	(sans les nouvelles)	CTV (CFTO)	(sans les nouvelles)	Indépendant (CHCH)	(sans les nouvelles)	Global (CKGN)	(sans les nouvelles)
Canada	72.5%	(61%)	66.5%	(58%)	47.5%	(42%)	39.5%	(33%)	49%	(30%)
U.S.	15%	(21%)	28.5%	(36%)	50.5%	(56%)	60.5%	(67%)	50%	(68%)
Autres	12.5%	(18%)	5%	(6%)	2%	(2%)	0%	(0%)	1%	(2%)

On constate une augmentation de la proportion des productions canadiennes au printemps pour trois des cinq réseaux. Radio-Canada (automne 67.5%; printemps 72.5%) CTV (automne 37%, printemps 47.5%) et CKGN (automne 39.5%, printemps 49%). Ceci est particulièrement remarquable dans le cas de CTV et Global qui ont augmenté leur proportion de productions canadiennes grâce à la diffusion de reportages sportifs. Comparativement à l'automne, CBC n'avait apporté que peu de changements et continuait, au printemps, à présenter surtout des productions canadiennes, tandis que CHCH continuait d'offrir presque seulement des productions américaines. Dans l'ensemble, mis à part les émissions de sport, les deux réseaux d'état étaient les seuls à offrir aux téléspectateurs torontois un contenu en grande partie canadien. Radio-Canada offrait encore une fois la plus grande variété quant aux pays desquels il choisit de s'approvisionner en présentant 15% de productions américaines et 12.5% de productions provenant d'autres pays.

Si on exclut les nouvelles télévisées, on constate, comme à l'automne, que tous les pourcentages de contenu canadien de tous les réseaux diminuent. Cette baisse est particulièrement remarquable dans le cas du réseau Global (19%) dont le pourcentage de nouvelles télévisées est très élevé.

On constate que la programmation télévisuelle offerte dans la région de Toronto enregistrait certaines variations entre l'automne'75 et le printemps'76. De fait, on remarquait moins de variété dans les catégories d'émissions et

une augmentation du contenu canadien. Ces variables ne sont cependant pas nécessairement interdépendantes et la dernière variation enregistrée (augmentation du contenu canadien) était surtout due à une catégorie d'émissions (i.e. sports). On remarque également que les facteurs qui ont trait à la langue ainsi que les facteurs économiques constituent aussi des variables qui peuvent expliquer en partie les modifications des profils de programmation.

Maintenant que nous avons étudié ce qu'on offrait comme programmation dans la région de Toronto à l'automne'75 et au printemps'76, nous allons nous intéresser à ce que les téléspectateurs ont préféré regarder pendant les périodes étudiées.

B) LES COTES D'ECOUTE EN FONCTION DE L'AUDITOIRE DE LA REGION DE TORONTO.

Nous présentons les résultats, dans cette section, en termes de nombre de téléspectateurs pour la programmation la plus regardée selon les rapports de cote d'écoute de BBM. Pour plus de détails concernant la façon dont ces données ont été recueillies et les définitions méthodologiques utilisées, veuillez consulter l'introduction de ce chapitre et les remarques préliminaires de la description du marché de Montréal. La présentation de nos résultats comporte les éléments suivants:

Automne'75	Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population;
(région centrale seulement)	Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population, selon les catégories;
Printemps'76	Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population;
(région centrale et territoire total de diffusion)	Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population, selon les catégories;

Territoire total

de diffusion: Les dix (10) émissions les plus regardées par les adultes (18 ans et plus)

Les dix (10) émissions les plus regardées par les femmes;

Les dix (10) émissions les plus regardées par les hommes;

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adolescents;

Les dix (10) émissions les plus regardées par les enfants.

REGION CENTRALE (automne'75)

Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (2 ans et plus) à l'automne'75, dans la région de Toronto, sont présentées au tableau 25..

Comme nous l'avons déjà mentionné, pour ce qui est du marché de Toronto, plusieurs émissions sont souvent présentées simultanément par deux réseaux différents dont l'un est canadien et l'autre américain. Du fait que nous évaluons la popularité des émissions pour l'ensemble de l'auditoire, nous avons compilé les deux données ensemble; ainsi, lorsqu'il s'agissait de plus d'un réseau, nous l'avons indiqué dans nos tableaux.

On peut voir d'abord, en étudiant ces données, que dans le cas d'au moins sept (7) émissions les plus regardées, on trouve lesdites émissions inscrites à la programmation de deux réseaux qui les présentent simultanément. C'est souvent le cas avec CBLT dont quatre émissions sont présentées simultanément par les réseaux américains. En tout, CBLT a neuf(9) émissions (dont sept (7) comédies) et se classe au premier rang sur cette liste des émissions les plus regardées, à l'automne. Sur cette même liste, WBEN se classe deuxième avec un total de sept (7) émissions (pour la plupart des émissions de variété et comédies). En troisième lieu, CFTO est représenté par cinq (5) émissions sur cette liste (dont deux (2) émissions de sport, un (1) film, une (1) émission de musique et une (1) comédie. CKGN, pour sa part, a trois (3) émissions (dont deux (2) comédies et une (1) émission policière. En dernier lieu, on retrouve CHCH avec deux (2) émissions (dont un (1) film et une (1) émission policière) et WGR avec deux (2) émissions de variété. Au total quatorze (14) des trente (30) émissions les plus regardées étaient présentées par les réseaux canadiens, neuf (9) émissions étaient offertes exclusivement par les réseaux américains et sept (7) émissions étaient présentées par les deux types de réseaux.

Les consommateurs torontois semblent donc avoir un certain penchant soit pour les émissions diffusées en concurrence par les réseaux canadiens et américains, ou par les réseaux américains indépendamment du contenu lui-même. Cette liste aidant, nous pouvons , dans certains cas, distinguer des

TABLEAU 25

Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région de Toronto *

REGION CENTRALE

Population estimée à 2,819,270 personnes

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	All in Family	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	648,432
2.	Happy Days	CBLT-WKBW	U.S.	Comédie	592,046
3.	Rhoda	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	451,083
4.	Dean Martin (Th.)	WGR	U.S.	Variété	366,505
5.	Mash	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	366,505
6.	Mary-Tyler Moore	CBLT	U.S.	Comédie	338,312
7.	Maude	CKGN-WBEN	U.S.	Comédie	310,119
8.	Flip Wilson	CFTO-WBEN	U.S.	Variété	310,119
9.	Wed. Movie	CHCH	U.S.	Film	310,119
10.	Hockey	WKBW	U.S.	Sports	281,927
11.	Phyllis	WBEN	U.S.	Comédie	281,927
12.	That's Entertainment	WBEN	U.S.	Film	253,734
13.	Don Rickles	WBEN	U.S.	Variété	253,734
14.	Baretta	CHCH	U.S.	Série policière	253,734
15.	Grand Old Opry	WKBW	U.S.	Musique	253,734
16.	Mon. Football	CHCH-WKBW	U.S.	Sports	253,734
17.	Dean Martin (Mon.)	CFTO	U.S.	Variété	253-734
18.	World Beat (TV)	CFTO	CAN.	Nouvelles	225,541
19.	Ellery Queen	CKGN	U.S.	Série policière	225,541
20.	Odd Couple	CKGN	U.S.	Comédie	225,541
21.	Front Page Challenge	CBLT	CAN.	Emission de jeu	197,348
22.	World Beat (Mon.)	CFTO	CAN.	Nouvelles	197,348
23.	World Beat (Fr.)	CFTO	CAN.	Nouvelles	197,348
24.	World Beat (Wed.)	CFTO	CAN.	Nouvelles	197,348
25.	Chico and the Man	CBLT	U.S.	Comédie	197,348
26.	Medical Center	WBEN	U.S.	Série dramatique à sujet médical	197,348
27.	Barney Miller	CBLT	U.S.	Comédie	197,348
28.	Carroll Burnet	CBLT	U.S.	Variété	197,348
29.	Friday Movie	WKBW	U.S.	Film	197,348
30.	Ann Margaret	WGR	U.S.	Variété	197,348

* Estimation de BBM pour l'auditoire de la région centrale (automne'75)

profils de réseau. Par exemple, CBLT vient en tête avec ses comédies alors que ce sont les nouvelles télévisées qui font le succès de CFTO. Nous tenons également à souligner que le faible pourcentage de personnes se disant d'origine française dans le recensement pourrait en partie expliquer l'absence de CBLFT sur cette liste.

Enfin, on remarque l'importance des productions américaines sur cette liste. Seulement cinq (5) des trente (30) émissions les plus regardées sont des productions canadiennes, et là encore, quatre (4) de ces cinq (5) émissions sont des nouvelles télévisées. Pour permettre une analyse plus précise relativement à l'importance de chaque type d'émissions, nous avons synthétisé l'information sous forme de catégories d'émissions.

Le tableau 26 présente cette information en termes d'unités/minutes et d'unités/émissions. Comme nous l'avons mentionné plus-haut, l'analyse en termes d'unités/émissions et d'unités/minutes offre des résultats très semblables sauf dans le cas des catégories "film" et "sport". Nous allons donc interpréter nos données en termes d'unités/minutes de façon à évaluer l'importance des catégories d'émissions.

En termes de temps de consommation, la catégorie d'émissions la plus regardée par les Torontois est le "film".

A l'automne'75, tous les films étaient des productions américaines, parmi lesquelles productions, on retrouve

des proportions égales de films dramatiques et policiers. Suivaient les émissions de sport diffusées par les réseaux américains avec 20%, les comédies (17%) et les émissions de variété (17%) (productions exclusivement américaines). Les séries policières (7%), les nouvelles (7%), les émissions de musique (5%), les séries dramatiques à sujet médical (3%) et les émissions de jeu (1%) complétaient la liste. (Voir tableau 26).

Mis à part les nouvelles et les films, on trouve certaines catégories d'émissions (musique, série dramatique à sujet médical, émission de jeu) qui ne prédominaient plus dans la programmation offerte à l'automne, mais qui sont très regardées par les téléspectateurs Torontois. D'autres écarts entre ce qui est offert et ce qui est préféré sont centrés sur les séries policières. Ce genre d'émissions domine en effet la liste de plusieurs réseaux, alors que seulent deux d'entre elles sont parmi les trente (30) émissions les plus regardées. Par contre, les comédies, et de façon plus marquante encore, les émissions de variété sont de loin les plus en demande à Toronto, bien qu'elles ne soient offertes (sauf dans le cas de CBLT)que de façon modérée par la plupart des réseaux.

REGION CENTRALE (printemps'76)

Le tableau 27 présente les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population de la région centrale de Toronto, au printemps'76. En ce qui a trait au réseau

TABLEAU 26

Les trente (30) émissions par catégories les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région de Toronto *

REGION CENTRALE

Population estimée à 2,819,370 personnes

Catégorie d'émission	Unités / émissions	Catégorie d'émission	Unités / minutes
Comédie	33%	Film	23%
Variété	20%	Sports	20%
Nouvelles	13%	Comédie	17%
Film	10%	Variété	17%
Sports	7%	Série policière	7%
Série policière	7%	Nouvelles	7%
Emission de Jeu	3.3%	Musique	5%
Série dramatique médicale	3.3%	Série dramatique médicale	3%
Musique	3.3%	Emission de jeu	1%

^^^^^^^^^^^^^^^

* Estimation de BBM pour l'auditoire de la région centrale (automne'75)

TABLEAU 27

Les trente (30) émissions de télévision les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région de Toronto *

REGION CENTRALE

Population estimée à 2,819,270 personnes

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Happy Days	CBLT-WKBW	U.S.	Comédie	704,817
2.	All in Family	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	535,661
3.	Donnie and Marie	CHCH-WKBW	U.S.	Variétés	451,083
4.	Laverne & Shirley	WKBW	U.S.	Comédie	451,083
5.	Hockey Canada	CFTO	CAN.	Sports	422,890
6.	Rhoda	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	266,505
7.	Wintario	CKGN	CAN.	Autres	338,312
8.	Dean Martin (Fr)	CHCH-WGR	U.S.	Variété	338,312
9.	Dean Martin (Tu)	WGR	U.S.	Variété	338,312
10.	Bob Hope	WGR	U.S.	Variété	310,119
11.	Miss Teen Canada	CFTO	CAN.	Autres	310,119
12.	Welcome Kotter	WKBW	U.S.	Comédie	310,119
13.	Police Woman	CHCH	U.S.	Série policière	281,927
14.	Starsky & Hutch	CHCH	U.S.	Série policière	253,739
15.	Rich Man Poor Man (Mon.) (1-2)	WKBW	U.S.	Série dramatique	253,734
16.	World Beat (Mo.)	CFTO	CAN.	Nouvelles	253,734
17.	Monday Movie	WKBW	U.S.	Film	253,734
18.	Lola Falana	CFTO-WKBW	U.S.	Variété	253,734
19.	Good Times	CFTO	U.S.	Comédie	253,734
20.	Odd Couple (Mo.)	CKGN	U.S.	Comédie	253,734
21.	Odd Couple (Th.)	CKGN	U.S.	Comédie	253,734
22.	Bionic Woman	WKBW	U.S.	Aventure	253,734
23.	Medical Center	WBEN	U.S.	Série dramatique à sujet médical	253,734
24.	Joe Forrester	CFTO-WGR	U.S.	Série policière	225,541
25.	Hockey (Th.)	WKBW	U.S.	Sports	225,541
26.	Rookies	CFTO-WKBW	U.S.	Série policière	225,541
27.	Rich Man Poor Man (Mon) (3)	WKBW	U.S.	Série dramatique	225,541
28.	Movie (Th.)	CHCH	U.S.	Film	225,541
29.	World Beat (Tu.)	CFTO	CAN.	Nouvelles	225,541
30.	Mash (Tu.)	WBEN	U.S.	Comédie	225,541

* Estimation de BBM de l'auditoire de la région centrale (printemps'76).

les plus regardé, nos résultats révèlent un certain nombre de contrastes si on les compare avec ceux de l'automne.

Au printemps, le réseau américain WKBN est celui qui détient le plus d'émissions sur la liste, avec onze (11) parmi les trente (30) émissions les plus regardées (4 comédies, 2 séries dramatiques, 1 film, 1 variété, 1 série d'aventure, 1 émission de sport et 1 série policière); parmi ces émissions, quatre sont diffusées simultanément sur des réseaux canadiens. Au second rang vient CTV(CFTO) avec huit (8) émissions (2 émissions de nouvelles, 2 séries policières, 1 émission de variété, 1 comédie, 1 émission de sport et 1 émission "autre"); trois de ces émissions sont diffusées également par les réseaux américains. CHCH, avec six (6) émissions (2 émissions de variété, 2 séries policières, 1 série dramatique à sujet médical et 1 film) partage aussi trois (3) de ses émissions avec les réseaux américains. WGR inscrit quatre (4) émissions (3 émissions de variété et 1 série policière). Sur cette liste de même que WBEN (3 comédies et 1 série dramatique à sujet médical). Enfin, CBLT (3 comédies) et Global (2 comédies et 1 émission "autre") cumulent chacun trois émissions sur la liste des trente (30) émissions les plus regardées. Somme toute, onze (11) des trente (30) émissions sont présentées exclusivement par les réseaux canadiens; dix (10) émissions sont diffusées par des réseaux américains et neuf (9) émissions sont diffusées simultanément par les réseaux canadiens et américains. Comme nous l'avons déjà mentionné, trois possibilités s'offrent aux téléspectateurs Torontois:

1. Les émissions présentées exclusivement par les réseaux canadiens; 2. Les émissions qui sont présentées exclusivement par les réseaux américains; 3. Les émissions qui sont présentées simultanément par les réseaux canadiens et américains. Par rapport à l'automne, les données du printemps démontrent que les téléspectateurs Torontois optent davantage en faveur des deux dernières possibilités.

Cette liste nous permet ainsi de distinguer certains profils de réseaux. Par exemple, on regarde WKBW et CBLT surtout pour les comédies qu'ils présentent. WGR, d'autre part, se caractérise par ses émissions de variété. Pour sa part, le réseau français CBLFT est de nouveau absent de la liste comme c'était le cas à l'automne. Cette liste fait de nouveau la preuve de la prédominance des émissions américaines (25 des 30 émissions).

Pour permettre une meilleure analyse des données en ce qui a trait aux différents types d'émissions, nous avons synthétisé l'information par catégories. Le tableau 26 présente cette information dont nous parlerons en termes d'unités/minutes.

Pour le printemps, les émissions de variété constituent la catégorie prédominante (19%) en termes d'unités/minutes; suivent les sports (15%) et les comédies (14%). En quatrième place, on trouve les séries policières (13%) dont la popularité a presque doublé depuis l'automne. Les séries dramatiques, absentes de la liste à l'automne, recueillent maintenant 12%. Ceci peut sans doute s'expliquer par le très grand succès de la

TABLEAU 28

Les trente (30) émissions par catégories les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région de Toronto *

REGION CENTRALE

Population estimée à 2,819,270 personnes

Catégorie d'émission	Unités / émissions	Catégorie d'émission	Unités/ minutes
Comédie	30%	Variété	19%
Variété	16%	Sports	15%
Série policière	13%	Comédie	14%
Nouvelles	7%	Série policière	13%
Sports	7%	Film	12%
Série dramatique	7%	Série dramatique	12%
Autre	7%	Autre	6%
Film	7%	Nouvelles	3%
Aventure	3%	Aventure	3%
Série dramatique médicale	3%	Série dramatique médicale	3%

^^^^^^^^^^^^^^^^^^

* Estimation de BBM de l'auditoire de la région centrale (printemps'76)

série "Rich Man, Poor Man". Les films qui étaient en première place à l'automne n'occupent plus que 12% du temps de la programmation préférée au printemps.

Les autres émissions les plus regardées se classent dans les catégories "autres" (i.e. Miss Teen Canada, Wintario (6%), séries dramatiques à sujet médical (3%), nouvelles télévisées (3%) et aventures (3%). En résumé, trois nouvelles catégories figurent sur cette liste; série dramatique, aventure et "autres". Les émissions de musique et les émissions de jeu, inscrites sur la liste de l'automne, n'apparaissent plus sur celle du printemps.

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION (printemps'76)

Si on étudie les cotes d'écoute du territoire total de diffusion pour le printemps, on constate que les trente (30) émissions les plus regardées sont pratiquement les mêmes pour le territoire total de diffusion et pour la région centrale, avec, de nouveau, une forte prépondérance des émissions américaines (27 des 30 émissions). Comme on peut le voir, au tableau 29, très peu de divergences s'inscrivent dans l'ordre de classement des émissions. Une série policière (i.e. Cannon), 1 film (i.e. Friday Night Movie) et 1 série dramatique (i.e. Little House on the Prairie) s'ajoutent à la liste parmi les dernières mentions. Nous avons synthétisé les données par catégories de façon à voir si ces nouvelles émissions affectaient la distribution de ces catégories.

TABLEAU 29

Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région de Toronto*

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 3, 583, 230 personnes

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origines	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Happy Days	CBLT-WKBW	U.S.	Comédie	1, 121, 300
2.	All in the Family	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	807, 400
3.	Donnie and Marie	CHCH-WKBW	U.S.	Variété	788, 500
4.	Laverne & Shirley	WKBW	U.S.	Comédie	749, 700
5.	Dean Martin (Fr.)	CHCH-WGR	U.S.	Variété	622, 500
6.	Hockey Canada	CFTO	CAN.	Sports	615, 500
7.	Dean Martin (Tu.)	WGR	U.S.	Variété	533, 800
8.	Rhoda (1-2)	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	531, 900
9.	Welcome Kotter	WKBW	U.S.	Comédie	502, 100
10.	BOB Hope	WGR	U.S.	Variété	488, 100
11.	Monday Night Movie	WKBW	U.S.	Film	478, 000
12.	Police Woman	CHCH	U.S.	Série policière	472, 300
13.	Rich Man Poor Man (1-2) (Mo.)	WKBW	U.S.	Série dramatique	467, 375
14.	Starsky & Hutch	CHCH	U.S.	Série policière	460, 700
15.	Miss Teen Canada	CFTO	CAN.	Autre	446, 200
16.	Rookies (1-2)	CFTO-WKBW	U.S.	Série policière	439, 000
17.	Rich Man Poor Man (3) (Mon)	WKBW	U.S.	Série dramatique	433, 450
18.	Movie (1)	CHCH	U.S.	Film	428, 500
19.	Mash (2)	WBEN	U.S.	Comédie	402, 600
20.	Good Times	CFTO	U.S.	Comédie	398, 300
21.	Hockey (1-3)	WKBW	U.S.	Sports	397, 400
22.	Lola Falana	CFTO-WKBW	U.S.	Variété	397, 200
23.	Medical Center	WBEN-CHCH	U.S.	Série dramatique à sujet médical	393, 000
24.	Bionic Woman (1-2)	WKBW	U.S.	Aventure	383, 500
25.	Cannon	CHCH	U.S.	Série policière	374, 400
26.	World Beat (Mo.)	CFTO	CAN.	Nouvelles	369, 300
27.	Friday Night Movie	WKBW	U.S.	Film	347, 800
28.	Joe Forrester	WGR-CFTO	U.S.	Série policière	346, 900
29.	Bionic Woman (1-2) (Tu.)	CFTO	U.S.	Aventure	346, 700
30.	Little House	CHCH	U.S.	Série dramatique	344, 200

* Estimation de BBM de l'auditoire du territoire total de diffusion (printemps' 76)

Comme on peut le voir au tableau 30, la distribution par catégories du Territoire Total de Diffusion est, dans l'ensemble, assez semblable à celle de la région centrale. Les mêmes catégories d'émissions s'y retrouvent et conservent à peu près les mêmes pourcentages de temps. On constate qu'une divergence de 1 ou 2%, sauf dans le cas des films dont le pourcentage augmente de 4% (région centrale 12%, territoire total de diffusion 16%) et des comédies (région centrale 14%, territoire total de diffusion 11%). En ce qui concerne les grands centres urbains, comme nous l'avons mentionné plus haut, on découvre rarement de grandes divergences dans les préférences de l'auditoire de la région centrale par rapport à celles de l'auditoire du territoire total de diffusion.

LES GROUPES SELON LE SEXE

Pour compléter notre analyse du marché Torontois, nous avons compilé nos données en termes de consommation de la programmation par groupes selon l'âge et le sexe. Pour les groupes selon le sexe, nous avons compilé les dix (10) émissions de télévision les plus regardées par les femmes et par les hommes pour l'auditoire du territoire toal de diffusion, au printemps'76, d'après les rapports de BBM. Le tableau 3I nous permet de constater que cinq (5) des dix (10) émissions les plus regardées sont les mêmes pour les hommes et pour les femmes. Les femmes, d'une part, se distinguent des hommes par leur préférence plus marquée pour les comédies et les séries dramatiques à sujet médical. Les hommes,d'autre part, préfèrent les sports et les films. Toutes les émissions choisies

TABLEAU 30

Les trente (30) émissions, par catégories, les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région de Toronto

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 4,583,230 personnes

Catégorie d'émission	Unités/ émissions	Catégorie d'émission	Unités/ minutes
Comédie	23%	Variété	17%
Variété	17%	Film	17%
Série policière	17%	Série policière	15%
Série dramatique	10%	Série dramatique	14%
Film	10%	Sports	14%
Aventure	7%	Comédie	11%
Sports	7%	Aventure	5%
Nouvelles	3%	Autre	4%
Série dramatique médicale	3%	Série dramatique médicale	3%
Autre	3%	Nouvelles	1%

^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^

* Estimation de BBM de l'auditoire du territoire total de diffusion. (printemps'76)

TABLEAU 31

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adultes (hommes, 18 ans et plus) de la région de Toronto*

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 4,583,230 personnes

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Hockey Canada	CFTO	CAN.	Sports	342,900
2.	All in the Family	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	306,500
3.	Happy Days	CBLT-WKBW	U.S.	Comédie	287,600
4.	Dean Martin	CHCH-WGR	U.S.	Variété	246,300
5.	Hockey	WKBW	U.S.	Sports	224,700
6.	Rich Man Poor Man	WKBW	U.S.	Série dramatique	200,200
7.	Bob Hope	WGR	U.S.	Variété	192,600
8.	Donnie & Marie	CHCH-WKBW	U.S.	Variété	191,300
9.	Monday Movie	WKBW	U.S.	Film	169,800
10.	Movie (Th.)	CHCH	U.S.	Film	168,000

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adultes (femmes, 18 ans et plus) de la région de Toronto *

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	All in the Family	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	372,300
2.	Happy Days	CBLT-WKBW	U.S.	Comédie	341,600
3.	Dean Martin	CHCH-WGR	U.S.	Variété	280,000
4.	Laverne & Shirley	WKBW	U.S.	Comédie	265,200
5.	Rhoda	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	265,100
6.	Dean Martin	WGR	U.S.	Variété	230,000
7.	Donnie & Marie	CHCH-WKBW	U.S.	Variété	228,900
8.	Rich Man Poor Man	WKBW	U.S.	Série dramatique	223,200
9.	Medical Center	WBEN-CHCH	U.S.	Série dramatique à sujet médical	215,900
10.	Rookies	CFTO-WKBW	U.S.	Série policière	207,800

* Estimation de BBM de l'auditoire du territoire total de diffusion (printemps'76)

par les deux groupes (hommes et femmes) sont des productions américaines, sauf les reportages de joutes de hockey. Compte tenu de la taille de l'auditoire, la différence entre les hommes et les femmes n'est pas aussi marquée pour le marché de Toronto que pour le marché de Montréal. L'émission la plus regardée par les femmes recueillent un auditoire de 372,300 personnes et l'émission la plus regardée par les hommes en recueille un de 342,900 .

LES GROUPES SELON L'AGE

Selon l'âge, nous avons divisé nos données en trois groupes: les adultes, 18 ans et plus; les adolescents, 12 à 17 ans; et les enfants, 2 à 11 ans. Il est nécessaire de noter que les listes des émissions les plus regardées par tous les groupes d'âge (i.e. adultes, adolescents et enfants) ne comprennent que les émissions diffusées entre 18 heures et 23 heure .

On distingue trois types d'émissions (deux comédies et une émission de variété) auxquelles les trois groupes d'âge accordent leur préférence. En comparant les listes des adolescents et des enfants, on constate que ces deux groupes ont exprimé un choix semblable dans le cas de six émissions qui sont, pour la plupart, des comédies, aventure et séries policières.

La liste des adultes comprend principalement des comédies (4), émissions de variété (4), de sports(1) et des séries dramatiques (1). Quant aux adolescents, ils accordent leurs préférences aux comédies (5), séries policières (2), émissions de

TABLEAU 32

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adultes (18 ans et plus) de la région de Toronto *

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 4,583,230 personnes

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	All in the Family	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	678,800
2.	Happy Days	CBLT-WKBW	U.S.	Comédie	629,200
3.	Dean Martin	CHCH-WGR	U.S.	Variété	526,300
4.	Hockey Canada	CFTO	CAN.	Sports	491,400
5.	Dean Martin	WGR	U.S.	Variété	468,600
6.	Rich Man Poor Man	WKBW	U.S.	Série dramatique	423,400
7.	Donnie & Marie	CHCH-WKBW	U.S.	Variété	420,200
8.	Laverne & Shirley	WKBW	U.S.	Comédie	414,700
9.	Bob Hope	WGR	U.S.	Variété	398,100
10.	Rhoda	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	395,700

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adolescents (12 - 17 ans) de la région de Toronto*

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Happy Days	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	247,800
2.	Laverne & Shirley	WKBW	U.S.	Comédie	172,700
3.	Welcome Kotter	WKBW	U.S.	Comédie	151,900
4.	Donnie & Marie	CHCH-WKBW	U.S.	Variété	124,100
5.	Starsky and Hutch	CHCH	U.S.	Série policière	104,800
6.	All in the Family	CBLT-WBEN	U.S.	Comédie	85,300
7.	Bionic Woman	WKBW	U.S.	Aventure	85,000
8.	Police Woman	CHCH	U.S.	Série policière	81,500
9.	Miss Teen Canada	CFTO	CAN.	Autre	78,600
10.	One day at a time	WBEN	U.S.	Comédie	73,900

* Estimation de BBM de l'auditoire du territoire total de diffusion (printemps'76)

TABLEAU 32 (suite)

Les dix (10) émissions les plus regardées par les enfants de (2 - 11 ans) de la région de Toronto *

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origines	Catégories	Cote d'écoute
1.	Happy Days	CBLT-WKBW	U.S.	Comédie	244,300
2.	Donnie & Marie	CHCH-WKBW	U.S.	Variété	244,200
3.	Laverne & Shirley	WKBW	U.S.	Comédie	162,300
4.	Bionic Woman	WKBW	U.S.	Aventure	119,100
5.	Little House	CHCH	U.S.	Série dramatique	105,600
6.	Dr. Seuss	WBEN	U.S.	Dessins animés	103,800
7.	Welcome Kotter	WKBW	U.S.	Comédie	101,600
8.	Bionic Woman	CFTO	U.S.	Aventure	93,700
9.	Police Woman	CHCH	U.S.	Série policière	83,100
10.	Good Times	CFTO	U.S.	Comédie	81,900

^^^^^^^^^^^^^^^

* Estimation de BBM de l'auditoire du territoire total de diffusion (printemps'76)

variété (1), aventure (1) et une émission "autres". Pour leur part, les enfants ont choisi des comédies (4), aventures (2), une série dramatique, une émission de variété, un dessin animé et une série policière. Pour ce qui est du contenu canadien, une seule émission (sport) figurant sur la liste des adultes et une autre sur celles des adolescents (Miss Teen Canada) étaient des productions canadiennes.

L'émission la plus regardée par les adultes était vue par 678,800 personnes; celle des adolescents était vue par 247,800 personnes et celle des enfants par 244,300 personnes. (Voir tableau 32).

O. E. C. A.

Les régions de Toronto et d'Ottawa ont accès au réseau éducatif provincial de l'O.E.C.A. (Ontario Educational Communications Authority) qui offre une alternative à la programmation de type commercial des autres réseaux. Le premier mandat de l'O.E.C.A. est d'offrir "un contenu substantiel et divertissant dans ses émissions éducatives.

Le réseau diffuse entre autre certaines émissions en français. Il s'avère assez difficile d'appliquer les mêmes critères d'analyse à cette programmation qu'à celle des autres réseaux, à cause de ses caractéristiques particulières. En général, le profil de programmation se définit sous forme d'émissions d'actualité, documentaires, films et d'interviews.

Le fait qu'il soit très difficile de bien décrire les catégories de programmation sans utiliser une terminologie stéréotypée, est sans doute un indice de leur dimension particulière. Le contenu de leurs émissions offre une telle variété de présentation qu'on ne peut, par exemple, classer "The Education of Mike McManus" simplement comme une émission d'interview.

De toute façon, nous allons présenter et décrire brièvement un échantillon d'émission diffusée par ce réseau:

"ISSUES" - Cette émission est présentée une fois par mois et est une mise en relief et une analyse de tous les problèmes de l'actualité qui ont un un impact sur la vie des canadiens. "

"SATURDAY NIGHT AT THE MOVIE": Cette émission offre les classiques du cinéma. Chaque émission porte particulièrement sur un thème, tel la question irlandaise, l'anatomie d'une révolution ou encore la moralité en politique. Toute cette série constitue en somme un cours sur l'esthétique et l'industrie du film, à la manière de ce qui est présenté par CINE-TVO, son équivalent de langue française."

"PAYS ET PEUPLES", un nouveau documentaire qui explore le Moyen-Orient arabe"

"VILLAGES ET VISAGES" est un documentaire qui nous fait voir les régions rurales de l'Ontario où la culture française est profondément enracinée. C'est un cours d'histoire à travers les anec-

dotes, les souvenirs des gens et la musique folklorique."

"EN SE RACONTANT L'HISTOIRE D'ICI" est l'histoire du Canada racontée par Laurier Lapierre.

"DR WHO" une série de science fiction qui emmène le télé-spectateur en voyage dans le temps et l'espace, tout en présentant et en évaluant individuellement les histoires qui sont vives et imagées, chacune dans son genre."

"THE GOVERNMENT WE DESERVE" animée par Judy Lamarsh. Celle-ci échange avec les hommes et les femmes qui exercent des fonctions politiques aux niveaux fédéral, provincial et municipal.

"COMMUNIQUE" est une revue quotidienne de quinze minutes sur les activités culturelles, éducatives et divertissantes du sud de l'Ontario."

"MAGEE AND COMPANY" une façon parfois sérieuse, parfois moqueuse de regarder l'actualité."

"POLKA DOT DOOR" chaque émission est préparée dans le but d'offrir à l'enfant des expériences d'apprentissage intéressantes et stimulantes pendant et après l'émission."

Les données des cotes d'écoute de BBM révélaient au printemps'76 que la part de l'auditoire de TV Ontario, en semaine, était d'environ 1% ou 2% pour la plupart de leurs émissions,

ces chiffres s'appliquant aussi bien à la région de Toronto qu'à la région d'Ottawa. On trouve néanmoins quelques exceptions comme la série très populaire "POLKA DOT DOOR" qui rejoint un auditoire d'enfants de 7% à 8%, mais en général TV Ontario ne semble pas avoir la partie facile pour convaincre les téléspectateurs à renoncer à la programmation plus familière présentée par les réseaux commerciaux. Cet état de chose est dû probablement en grande partie au fait que les réseaux éducatifs sont continuellement confrontés au manque d'information et de réceptivité des téléspectateurs vis-à-vis cette programmation alternative. Nous ne pouvons que souhaiter, par le biais de l'éducation du consommateur, qu'une plus grande sensibilisation de la population se fera pour ce type de programmation, de manière à ce qu'on la considère comme une forme de divertissement et d'éducation.

^^^^^^^^^^^^^^

RESULTATS

A) LA PROGRAMMATION TELEVISUELLE OFFERTE DANS LA REGION D'OTTAWA

LES CARACTERISTIQUES DEMOGRAPHIQUES

Au recensement de 1971, la population de la région métropolitaine d'Ottawa était de 602,510 personnes dont 296,300 personnes étaient des hommes et 306,215 étaient des femmes. Le nombre de personnes par famille était en moyenne 3.7 et le nombre d'enfants par famille était en moyenne 1.8. Le revenu familial moyen était de $12,010.00 . 340,240 personnes déclaraient être de langue maternelle anglaise,220,335 personnes déclaraient être de langue maternelle française et 41,940 personnes mentionnaient d'autres langues. 374,680 personnes déclaraient parler surtout l'anglais à la maison, 203,595 déclaraient parler le français, 8,495 l'italien, 2,535 l'allemand, 1,270 le polonais, 810 l'ukrainien et 615 le néérlandais.

On trouvait dans la région d'Ottawa un total de 270,525 Britanniques, 238,495 Français, 19,145 Allemands, 15,170 Italiens, 9,230 Asiatiques, 7,465 Néérlandais, 5,400 Ukrainiens, 5,400 Polonais, 3,805 Scandinaves, 1,965 Hongrois et 795 Russes.

Ottawa est non seulement la capitale canadienne, mais elle est également située au point de rencontre des deux principaux groupes culturels qui forment la nation canadienne.

Si on s'intéresse à la représentation des deux groupes culturels officiels du Canada, on remarque qu'à Ottawa, 45% de la population est d'origine anglaise et 40% d'origine française. Parmi les quatre (4) marchés étudiés, Ottawa est le seul dont les deux groupes culturels sont en proportion égale.[1]

LES CARACTERISTIQUES DE LA TELEDIFFUSION

Six réseaux importants se divisent la plus grande part du marché dans la région d'Ottawa. Il y a tout d'abord le réseau d'état d'expression anglaise CBC (CBOT-4) et son pendant d'expression française Radio-Canada (CBOFT-9), puis le réseau d'expression française[2] CFVO-TV-30, et le réseau privé d'expression anglaise CTV (CJOH-TV-13) et Global (CKGN-TV-6). Tous ces réseaux sont situés à Ottawa à l'exception de CFVD qui se trouve dans la région de Hull. Existent également les réseaux américains ABC, NBC, CBS, qui diffusent conjointement par l'intermédiaire d'un poste (WWNY-TV-7) situé à Watertown, N.Y. Le marché se distingue donc de ceux de Toronto et de Montréal à cause du seul poste en commun, pour trois réseaux américains par opposition à la situation un poste/un réseau. Bien que cette situation ne fasse pas diminuer la possibilité qu'ont les téléspectateurs de regarder les émissions américaines, cela fait toutefois augmenter les chances pour les téléspectateurs à regarder davantage leurs émissions préférées par l'intermédiaire des réseaux canadiens. On doit

---

1. Statistiques Canada, recensement de 1971.

2. CFVO est une station coopérative de télévision qui est approvisionée en partie par le réseau TVA.Compte tenu du fait que plusieurs revues spécialisées

également mentionner que la programmation produite par l'O.E.C.A., dont nous avons parlé pour le marché de Toronto, est diffusée par l'intermédiaire du poste 24 dans la région d'Ottawa.

Les rapports de BBM évaluent à 68% le pourcentage des foyers jouissant de la cablodistribution. Ce pourcentage est presqu'aussi élevé que celui de la région de Toronto. On évalue à 62% le pourcentage des foyers possédant un télécouleur dans cette région.*

Avant de présenter les résultats, on doit souligner que pour ce qui est du marché d'Ottawa, les nouvelles du soir sont diffusées à 22 heures au réseau Global et à 22h30 à Radio-Canada et à TVA. On doit donc tenir compte de cela pour l'interprétation des résultats.

LES CATEGORIES GENERALES (automne'75)

Les principales caractéristiques de la programmation offerte à Ottawa apparaissent au tableau sommaire 33. Si on s'intéresse aux catégories principales d'émissions (unités/minutes de l'automne'75, pour chaque réseau, on remarque les données suivantes:

---

* Rapport de BBM - printemps'76

2. (suite) telle que TV Guide, identifient ce réseau sous l'appellation TVA, nous nous servirons de cette même identification tout au long de cette étude. Le réseau CFVO cessa toutes ses opérations au mois de mars 1977.

TABLEAU 33

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale

CBC	
Nouvelles	20%
Comédies	18%
Musique	13%
Affaires publiques	11%

GLOBAL	
Nouvelles	28%
Films (surtout des policiers)	22%
Série policière	20%
Comédies	17%

RADIO CANADA	
Affaires publiques	29%
Films (surtout des drames)	20%
Nouvelles	19%
Documentaire	10%

CTV	
Série policière	28%
Nouvelles	20%
Comédie	12%

TVA	
Films(surtout ceux classés "autre "	24%
Nouvelles	20%
Interview	20%
Série policière	16%

ABC/NBC/CBS	
Nouvelles	20%
Comédie	16%
Films (surtout ceux classés "autres" et des drames)	14%
Série policière	10%
Série dramatique	10%
Emission de variété	10%

Comme on le voit, on offre au téléspectateur d'Ottawa, une certaine variété de types d'émissions qui dépend du réseau choisi en fonction de la langue de diffusion: soit un réseau d'expression française, soit un réseau d'expression anglaise; ou en fonction du régime des réseaux: soit un réseau d'état canadien, soit un réseau privé canadien ou américain.

Si on compile les listes des principales catégories d'émissions offertes par chaque réseau, on obtient un total de dix (10) catégories distinctes d'émissions.

Les nouvelles télévisées constituent une part importante de la programmation de tous les réseaux, Global ayant le plus haut pourcentage avec 28%. On doit souligner un détail intéressant relié au pourcentage élevé d'émissions d'affaires publiques offertes par Radio-Canada (29%). Ce pourcentage était dû à une émission présentée régulièrement, composée en partie de nouvelles et en partie d'affaires publiques. Les représentants du réseau nous ont informés cependant que cette dernière catégorie (affaires publiques) représentait mieux ce type d'émissions. En général, la catégorie Film s'avère le deuxième type d'émissions au point de vue fréquence de présentation pour la plupart des réseaux. Les films ont toutefois plus d'importance pour certains réseaux (TVA 24%; Global 22%; Radio-Canada 20%; WWNY 14%) que pour d'autres (CBC 0%; CTV 8%). Les séries policières s'avèrent la troisième catégorie d'émissions au point de vue fréquence de présentation par les réseaux (CTV 28%; Global 20%; TVA 16%; WWNY 10%). On remarque que les deux réseaux d'état préfèrent offrir d'autres genres d'émissions, tels les émissions de musique (13%) et d'affaires publiques (11%) à CBC ainsi que des émissions d'affaires publiques (29%) et documentaires (10%) à Radio-Canada. Les comédies, pour leur part, n'apparaissent que sur les listes des réseaux de langue anglaise: (CBC 18%; Global 17%; WWNY 16%

et CTV 13%). Enfin, les séries dramatiques (10%) et les variétés(10%) étaient présentées en force par les réseaux américains, alors que les interviews (20%) constituaient une part importante de la programmation au réseau TVA.

Pour plus de détails sur l'importance de chaque catégorie, pour chacun des réseaux, voir tableau X111 de l'appendice. Compte tenu de l'importance des facteurs touchant l'économie et la langue de diffusion dans notre analyse préliminaire, nous avons par la suite poussé plus à fond notre analyse de données dans ces mêmes termes.

LANGUE DE DIFFUSION (automne'75)

Pour plus de précisions, nous avons synthétisé nos données en termes de langue de diffusion, tout en conservant la distinction entre les réseaux de langue anglaise et les réseaux américains. Les catégories principales offertes au téléspectateur, à l'automne'75, dans la région d'Ottawa, sont présentées au tableau 34 .

TABLEAU 34

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale, selon la langue de diffusion.

Réseaux de langue anglaise		Réseaux américains		Réseaux de langue française	
Nouvelles	23%	Nouvelles	20%	Films (surtout ceux classés "drames" et "autre ")	22%
Série policière	17%	Comédie	15%	Nouvelles	19.5%
Comédie	16%	Films (surtout ceux classés "drames" et "autre ")	14%	Affaires publiques	15.5%
Films (surtout de policiers)	10%	Série policière	10%		
		Série dramatique	10%	Interview	10%
		Variété	10%		

Il semble y avoir des différences relatives à la langue de diffusion pour ce qui est de la programmation offerte dans la région d'Ottawa, si on fait exception des nouvelles qui sont importantes pour tous les réseaux (anglais 23%; américains 20%; français 19.5%). L'une de ces différences semble être l'importance des séries policières (anglais 17%; américains 10%) et des comédies (anglais 16%; américains 15%) pour les réseaux anglais et américains en comparaison avec les réseaux de langue française (séries policières 8%; comédies 3%).

Les autres divergences remarquées étaient dûes à la présence exclusive des émissions d'interview (10%) et d'affaires publiques (15.5%) au réseau d'expression française, ainsi qu'à

l'importance des émissions de variété (10%) et des séries dramatiques (10%) pour les réseaux américains. Enfin la catégorie "Film" qui domine la liste des émissions des réseaux de langue française (22%), figure également, quoique de façon moins importante, sur les listes des réseaux de langue anglaise (10%) et américains (14%). Nous avons sous-catégorisé les films et nous avons constaté que les réseaux de langue française et les réseaux américains offrent surtout des films de type dramatique ou "autres" (i.e. musique, westerns, etc...) alors que les réseaux de langue anglaise présentent surtout des films de type policier. Dans l'ensemble, on voit que les réseaux de langue anglaise ont plus en commun avec les réseaux américains, au moins quatre (4) catégories d'émissions, qu'avec les réseaux de langue française (voir tableau XlV de l'appendice).

LES RESEAUX D'ETAT ET LES RESEAUX PRIVES (automne'75)

Si on peut expliquer la diversité des émissions de télévision de la région d'Ottawa en partie à cause du facteur de langue de diffusion, on constate que cette diversité est aussi en partie reliée au facteur économique. Nous avons synthétisé nos données en termes de régime des réseaux: réseau d'état canadiens réseaux privés canadiens et américains. Le tableau 35 présente ces données.

TABLEAU 35

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale selon le régime des réseaux

D'état canadiens		Privés canadiens		Privés américains	
Affaires publiques	20%	Nouvelles	23%	Nouvelles	20%
		Série policière	21%	Comédie	16%
Nouvelles	19.5%	Films (surtout des policiers	18%	Films (surtout ceux classés "drames" et "autre ")	14%
Comédie	11%	Comédie	10%	Série policière	10%
Films (surtout des drames)	10%			Série dramatique	10%
				Variété	10%

Si on examine les catégories principales d'émissions offertes par les réseaux d'état canadiens, les réseaux privés canadiens et les réseaux privés américains, à l'automne'75, on constate que les trois types de réseaux offrent des pourcentages semblables de nouvelles. On remarque également que les trois types de réseaux présentent la même proportion de comédies et de films. D'autre part, chacun des types de réseau offre à ses téléspectateurs au moins une catégorie d'émissions qui lui est propre. Les réseaux d'état canadiens offrent une grande quantité d'émissions d'affaires publiques (20%), les réseaux privés canadiens offrent une grande quantité de séries policières, particulièrement si on tient compte des films policiers présentés, et enfin les réseaux américains sont les seuls à pré-

senter une quantité appréciable de séries dramatiques et d'émissions de variété. On constate donc, dans l'ensemble que les réseaux américains offrent la plus grande variété d'émissions alors que les réseaux privés canadiens semblent se spécialiser dans les émissions de genre violent.

Il semble donc qu'il y ait, pour le marché d'Ottawa comme pour le marché de Montréal, une interaction des variables linguistique et économique, laquelle interaction s'avère la cause de la variété des émissions offertes à la population. On doit ajouter que la diffusion d'une sélection des émissions des trois réseaux américains par un seul poste semble favoriser une plus grande diversité de programmation. (Voir tableau XV de l'appendice).

LE CONTENU CANADIEN (automne'75)

Nous avons analysé nos données sur la programmation offerte dans la région d'Ottawa à l'automne'75 en termes d'origine du contenu. Nous n'avons inclus dans cette partie de l'analyse que la programmation des réseaux canadiens pour les raisons évidentes.

TABLEAU 36

Pourcentage de productions canadiennes selon les réseaux

Réseaux Pays d'origine	CBC	(sauf les nouvelles)	GLOBAL	(sauf les nouvelles)	RADIO CANADA	(sauf les nouvelles)	CTV	(sauf les nouvelles)	TVA	(sauf les nouvelles)
Canada	67%	(59%)	41%	(17%)	75%	(69%)	40.5%	(25.5%)	61%	(49%)
U.S.	28%	(35%)	57%	(80%)	17.5%	(21%)	54%	(65.5%)	37%	(48%)
Autres	5%	(6%)	2%	(3%)	7.5%	(10%)	5.5%	(7%)	2%	(3%)

On trouve le plus haut pourcentage de productions [illegible]

[illegible] privée [illegible]

[illegible]

[illegible]

nc [illegible]

fr [illegible]

d [illegible]

p [illegible]

R [illegible]

qu [illegible]

Nous poursuivons notre analyse en examinant le type de programmation offerte à Ottawa au printemps'76, d'après les mêmes variables.

LES CATEGORIES GENERALES (printemps'76)

Les principales caractéristiques de la programmation des réseaux d'Ottawa, pour le printemps'76, apparaissent au tableau 37. Ce tableau détermine les catégories principales d'émissions (unités/minutes) offertes aux téléspectateurs par chaque réseau, au printemps'76.

TABLEAU 37

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale

CBC		GLOBAL		RADIO-CANADA	
Nouvelles	20%	Nouvelles	26%	Affaires publiques	29%
Comédie	17%	Série policière	21%	Nouvelles	20%
Affaires publiques	14%	Sports	19%	Films (surtout des policiers)	13%
		Comédie	16%		

CTV		TVA		ABC/NBC/CBS	
Série policière	27%	Films (surtout des policiers)	23%	Nouvelles	20%
Nouvelles	20%			Série policière	19%
Comédie	13%	Nouvelles	20%	Comédie	16%
		Interview	20%	Films (surtout des comédies)	10%
		Série policière	11%		

Au printemps'76, on offrait au téléspectateur d'Ottawa, une moins grande variété d'émissions qu'à l'automne. Si on compile la liste de catégories d'émissions de chaque réseau, on ne compte plus que sept catégories distinctes d'émissions. Bien qu'on remarque une nouvelle catégorie d'émissions (sports), les documentaires, variétés, séries dramatiques et les émissions de musique ne figurent plus sur la liste des catégories principales. Ces changements se traduisent pour CBC par une diminution des émissions de musique, de 13% à l'automne à 9% au printemps. Pour le réseau Global, on note que la catégorie Film qui représentait 22% de la programmation de l'automne, ne constituait plus que 5% de tout le temps de diffusion au printemps. Cette catégorie semble d'ailleurs avoir été remplacée par la diffusion des reportages sportifs (printemps 19%; automne 5%).

L'horaire de Radio-Canada comportait moins de films (printemps 15%, automne 20%), moins de documentaires (printemps 5%; automne 10%) mais accusait une légère hausse pour la catégorie Sports (printemps 9%; automne 4 %). On remarque très peu de changements pour le réseau CTV. L'importance des séries policières diminuait au réseau TVA (printemps 11%; automne 16%). Enfin les réseaux américains, pour la plupart, offraient beaucoup plus de séries policières (printemps 19%; automne 10%), moins d'émissions de variété (printemps 7%;automne 10%) et de séries dramatiques (printemps 8%; automne 10%).

Dans l'ensemble, l'analyse de ces données démontre qu'une moins grande variété d'émissions était offerte et que cela était dû en partie, du moins dans le cas des réseaux américains, à une augmentation des séries policières. L'importance de la catégorie Film semble diminuer dans le cas de tous les réseaux. Pour ce qui est de Radio-Canada, on doit préciser que même si ces films étaient maintenant classés surtout comme de type policiers, ils ne comptaient que pour 8% du temps total de diffusion.

Enfin, la catégorie Sport augmentait substantiellement au printemps, du moins pour Global qui offrait ce type d'émissions pendant 19% de son temps total de diffusion. Pour plus de détails sur l'importance de ces données, voir la présentation complète de ces données au Tableau XVl de l'appendice.

LA LANGUE DE DIFFUSION (printemps'76)

Nous avons synthétisé nos données sur la programmation télévisuelle offerte au printemps'76 en termes de langue de diffusion.

TABLEAU 38

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale, selon la langue de diffusion

Réseaux de langue anglaise		Réseaux américains		Réseaux de langue française	
Nouvelles	22%	Nouvelles	20%	Nouvelles	20%
Série policière	19%	Série policière	19%	Films (surtout des policiers)	16.5%
Comédie	16%	Comédie	16%	Affaires publiques	15%
		Films (surtout des comédies)	10%	Interview	10%

Si on compare ces données avec celles de l'automne, on remarque des profils semblables à ceux que l'on avait déjà observés. Néanmoins, on constate quelques exceptions, telles que la disparition des films de la liste des catégories principales des réseaux de langue anglaise, ainsi que celles des séries dramatiques et des variétés des listes des réseaux américains. Les réseaux de langue française sont ceux qui s'avèrent les plus constants dans ce qu'ils choisissent d'offrir aux téléspectateurs d'Ottawa, à l'automne et au printemps. Si on exclut les nouvelles qui sont présentées par les trois types de réseaux, ce sont les réseaux de langue anglaise et les réseaux américains qui ont le plus de catégories en commun. Comme on peut le remarquer, les séries policières et les comédies figurent sur les deux listes en proportions presqu'égales. Enfin, le type de films le plus fréquemment offert par les réseaux de langue française passe de la catégorie Drame à l'automne, à la catégorie policière au printemps; ce changement mineur devrait être interprété de la même manière que celui dont il a déjà été question, c'est-à-dire qu'un peu moins de la moitié des films présentés au printemps (i.e. moins de la moitié de 18.5%) étaient du type Film policier. Ce qui représente à peu près 8% de toute la programmation.

Somme toute, il semble que la langue de diffusion jouait encore un rôle important pour le type de programmation offerte à la population d'Ottawa. Pour plus de détails, voir le tableau XVll de l'appendice.

LES RESEAUX D'ETAT ET LES RESEAUX PRIVES (Printemps'76)

Si on synthétise les données en termes de régime de réseaux, soit les réseaux d'état canadiens et les réseaux privés canadiens et américains, on obtient les résultats suivants:-

TABLEAU 39

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale, selon le régime des réseaux

D'Etat canadiens		Privés canadiens		Privés américains	
Affaires publiques	21.5%	Nouvelles	22%	Nouvelles	20%
Nouvelles	20%	Série policière	20%	Série policière	19%
Comédie	10.5%	Films (surtout des drames)	11.5%	Comédie	16%
		Comédie	11%	Films (surtout des comédies)	10%

A l'exception des changements déjà mentionnés pour les réseaux américains, on remarque au printemps'76, une concentration de catégories presqu'identique à celle de l'automne. On note quand même une exception à cet état de fait, soit une importance moins grande de la catégorie Film aux réseaux d'état canadiens (printemps 6.5%; automne 10%), aux réseaux privés canadiens (automne 18%, printemps 11.5%) et aux réseaux privés

américains (printemps 10%, automne 14%). Dans l'ensemble, les réseaux privés canadiens et américains se distinguent par la grande quantité de séries policières qu'ils offrent à leurs téléspectateurs, alors que les réseaux d'état canadiens préfèrent offrir des émissions d'affaires publiques . Pour plus de détails, voir Tableau XV111 de l'appendice.

LE CONTENU CANADIEN (printemps'76)

Nous avons également analysé l'importance des productions canadiennes dans la programmation des réseaux canadiens pour le printemps'76.

TABLEAU 40

Pourcentage de productions canadiennes selon les réseaux

Réseaux Pays d'origine	CBC	(sauf les nouvelles	GLOBAL	(sauf les nouvelles	RADIO CANADA	(sauf les nouvelles	CTV	(sauf les nouvelles	TVA	(sauf les nouvelles
Canada	70%	(63%)	50%	(31%)	84%	(78%)	42%	(27%)	63%	(53%)
U.S.	23%	(29%)	49%	(67%)	6%	(7.5%)	51%	(61%)	30%	(37%)
Autres	7%	(9%)	1%	(2%)	10%	(12.5%)	7%	(9%)	7%	(10%)

Dans l'ensemble, les réseaux canadiens avaient augmenté leurs pourcentages de contenu canadien au printemps.

Ceci était particulièrement évident pour Radio-Canada qui était passé de 75% de contenu canadien à l'automne à 84% au printemps. Le réseau Global augmentait aussi considérablement son pourcentage de contenu canadien (printemps 50%, automne 41%). Dans le cas des deux réseaux, cette augmentation s'était faite aux dépens des productions américaines. En fait, on constate entre l'automne et le printemps, pour la majorité des réseaux, un accroîssement du pourcentage de productions étrangères autres qu'américaines.

Comme à l'automne, les réseaux d'état, Radio-Canada et CBC, ainsi que le réseau privé de langue française TVA, offraient surtout des émissions à contenu canadien à leurs téléspectateurs. Pour sa part, CTV continuait d'offrir surtout des émissions à contenu américain . Enfin, Global qui offrait à l'automne une programmation comparable à celle de CTV, offrait au printemps des proportions presqu'égales de productions canadiennes et américaines.

Pour ce qui est du printemps, si on exclut les nouvelles, on constate le même genre de profil dont il vient d'être question. Les réseaux qui offrent surtout des émissions à contenu canadien (Radio-Canada, CBC et TVA) ne changent pas leurs politiques de programmation tandis que les réseaux qui offraient de faibles pourcentages de productions canadiennes (CTV, Global) voient ces mêmes pourcentages continuer à décroître. On le remarque tout particulièrement dans le cas du réseau Global qui passe de 50% à 31% de contenu canadien, lorsqu'on exclut les nouvelles.

On note que la programmation télévisuelle diffusée dans la région d'Ottawa pendant les deux périodes de l'année qui font l'objet de notre étude (automne'75, printemps'76) est caractérisée par différents profils d'émissions, lesquels sont reliés, en grande partie, aux facteurs culturel, économique et linguistique.

Maintenant que nous avons étudié le genre de programmation offerte dans la région d'Ottawa à l'automne'75 et au printemps'76, nous nous intéresserons à ce que les téléspectateurs ont, en fait, choisi de regarder pendant ces mêmes périodes.

B) LES COTES D'ECOUTE EN FONCTION DE L'AUDITOIRE

Dans cette partie de notre étude, nous nous intéressons aux types de programmations les plus regardées, d'après les rapports que nous avons obtenus de BBM, sur les cotes d'écoute. Pour plus de détails sur la façon dont cette information a été recueillie et sur les définitions méthodologiques utilisées, voir les commentaires préliminaires de ce chapitre et les remarques inscrites dans les premiers paragraphes de l'analyse du marché de Montréal. Nous présenterons nos résultats de la façon suivante:

Automne '75:	Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population;
(Région centrale seulement)	Les trente (30) émissions les plus regardées , selon les catégories, par l'ensemble de la population;
Printemps '76	Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population.
(Région centrale et territoire total de diffusion)	Les trente (30) émissions les plus regardées selon les catégories, par l'ensemble de la population;

Territoire total de
diffusion seulement ;

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adultes (18 ans et plus)

Les dix (10) émissions les plus regardées par les femmes;

Les dix (10) émissions les plus regardées par les hommes;

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adolescents;

Les dix (10) émissions les plus regardées par les enfants.

<u>REGION CENTRALE</u> (automne'75)

Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région centrale d'Ottawa, à l'automne '75, sont présentées au tableau 4I.

Si on prend connaissance de ces données, on observe tout d'abord que cinq des émissions les plus regardées sont diffusées simultanément par deux réseaux, l'un canadien et l'autre américain. CTV, en tant que réseau,détient la plus grande proportion avec douze émissions (dont deux sont présentées en concurrence avec WWNY). Les catégories les plus regardées du ré-

TABLEAU 41

Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus)de la région d'OTTAWA

REGION CENTRALE

Population estimée à 650,700 personnes *

Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1. All in the Family	WWNY-CBOT	U.S.	Comédie	117,126
2. Rue des Pignons	CBOFT	CAN	Téléroman	97,605
3. Flip Wilson	WWNY-CJOH	U.S.	Variété	84,591
4. Mash	CBOT	U.S.	Comédie	84,591
5. Good Times	CJOH-WWNY	U.S.	Comédie	84,591
6. Remarkable Rocket	CJOH	U.S.	Dessins animés	84,591
7. Rhoda	CBOT-WWNY	U.S.	Comédie	84,591
8. Mary Tyler Moore	CBOT	U.S.	Comédie	78,084
9. Cannon	WWNY	U.S.	Série policière	78,084
10. Rudolph Red Nose	WWNY	U.S.	Dessins animés	78,084
11. Caroll Burnett	CBOT	U.S.	Variété	71,577
12. Little Mermaid	CJOH	U.S.	Dessins animés	71,577
13. Odd Couple	CKGN	U.S.	Comédie	71,577
14. Odd Couple	CKGN	U.S.	Comédie	71,577
15. Grinch Christmas	CJOH	U.S.	Dessins animés	71,577
16. Christmas Messenger	CJOH	U.S.	Dessins animés	71,577
17. Bing Crosby	WWNY	U.S.	Variété	71,577
18. Invisible Man	CJOH	U.S.	Aventure	71,577
19. Maude	CKGN-WWNY	U.S.	Comédie	65,070
20. Adam 12	CKGN	U.S.	Série policière	65,070
21. When things were rotten	CJOH	U.S.	Comédie	65,070
22. Bobby Vinton	CJOH	U.S.	Variété	65,070
23. Newsline	CJOH	CAN	Nouvelles	58,563
24. Chico & the Man	CBOT	U.S.	Comédie	58,563
25. Symphorien	CFVO	CAN	Comédie	58,563
26. Docteur Jivago	CBOFT	U.S.	Film	58,563
27. Switch	CJOH	U.S.	Série policière	52,056
28. Front Page Challenge	CBOT	CAN	Emission de jeu	52,056
29. Newsline	CJOH	CAN	Nouvelles	52,056
30. Happy Days	CBOT	U.S.	Comédie	52,056

* Estimation de BBM de l'auditoire de la région centrale (automne'75)

seau CTV étaient dans l'ordre: les dessins animés (N=4), les comédies (N=2), les nouvelles(N=2), les variétés (N=2), les séries policières (N=1) et les émissions d'aventures (N=1). WWNY est le réseau qui se classe en deuxième place sur la liste pour le nombre d'émissions avec huit émissions (dont quatre sont des comédies), Ensuite, CBC, avec un total de huit émissions (dont six sont des comédies), Radio-Canada avec deux émissions (un téléroman, un film) et TVA avec une émission sur la liste (une comédie). Dans l'ensemble vingt-deux des trente émissions les plus regardées sont présentées uniquement par les réseaux canadiens, trois ne sont présentées que par les réseaux américains et cinq émissions sont offertes à la fois par les réseaux canadiens et américains.

A l'étude, cette liste nous fait constater qu'à l'exception de CTV où l'auditoire choisit une certaine diversité de catégories d'émissions, la plupart des autres réseaux sont surtout regardés pour leurs émissions de type comédie.

On doit également prendre note du fait que 10% (N=3) des émissions les plus regardées à Ottawa, sont diffusées en français. Ce qui inclut la deuxième émission la plus regardée de la liste (Rue des Pignons). Enfin, on remarque également que seulement cinq des trente émissions sont des productions canadiennes. Parmi celles-ci, on trouve deux émissions de nouvelles et une émission de jeu diffusées par des réseaux de langue anglaise ainsi qu'un téléroman et une comédie diffusés par des réseaux de langue française.

Nous avons synthétisé nos données en termes de catégories d'émissions pour mieux en évaluer l'importance. Le tableau 42 présente cette information en termes d'unités/minutes et d'unités/émissions. Comme on pouvait le deviner, ce sont les comédies qui dominent le classement (30%) en tant que catégorie d'émission la plus regardée par les téléspectateurs d'Ottawa. Les films (16%) et les variétés (16%) se classaient au deuxième rang des genres de divertissement les plus en demande. On doit ajouter que lorsqu'il est question de films, on parle tout particulièrement de "DR JIVAGO", film à grand succès diffusé par Radio-Canada. Les dessins animés (12%), probablement à cause de l'approche des fêtes de Noël se classaient en troisième place, de même que les séries policières (12%). Suivent les nouvelles (5%), les émissions d'aventures (5%), les téléromans (2%) et les émissions de jeu (2%).

<u>REGION CENTRALE</u> (Printemps'76)

Le tableau 43 présente les trente émissions les plus regardées, au printemps, par l'ensemble de la population de la région centrale d'Ottawa. Nos résultats révèlent un certain nombre de différences quant au réseau le plus regardé par rapport aux données de l'automne. La première de ces différences tient du fait qu'au printemps trois réseaux (CBC, CTV et Global) partagent maintenant plus ou moins également la faveur des téléspectateurs d'Ottawa. On attribue au réseau Global dix des trente émissions les plus regardées dont cinq sé-

TABLEAU 42

Les trente (30) émissions classées par catégories les plus regardées par l'ensemble de la population (2 ans et plus) de la région d'OTTAWA *

REGION CENTRALE

Population estimée à 650,700 personnes

Catégorie d'émission	Unités / émissions	Catégorie d'émission	Unités / minutes
Comédie	40%	Comédie	30%
Dessins animés	17%	Films	16%
Variété	14%	Variété	16%
Série Policière	10%	Dessins animés	12%
Nouvelles	7%	Série policière	12%
Aventure	3%	Nouvelles	5%
Téléroman	3%	Aventure	5%
Emission de jeu	3%	Téléroman	2%
Films	3%	Emission de jeu	2%

* Estimation de BBM de l'auditoire de la région centrale (automne'75)

TABLEAU 43

Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus)de la région d'OTTAWA *

REGION CENTRALE

Population estimée à 650,700 personnes

Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1. All in the Family	CBOT	U.S.	Comédie	143,154
2. Six Million $ Man	CJOH	U.S.	Aventure	123,633
3. Bionic Woman	CJOH	U.S.	Aventure	117,126
4. Miss Teen Canada	CJOH	CAN	Autres	104,112
5. Wayne & Shuster	CBOT	CAN	Variété	91,098
6. Good Times	CJOH	U.S.	Comédie	84,591
7. Happy Days	CBOT	U.S.	Comédie	84,591
8. Switch	CJOH-WWNY	U.S.	Série policière	78,084
9. Mash	CBOT	U.S.	Comédie	78,084
10. Mash	WWNY	U.S.	Comédie	78,084
11. Rue des Pignons	CBFOT	CAN	Téléroman	78,084
12. Symphorien	CFVO	CAN	Comédie	78,084
13. Rich Little Show	CJOH	U.S.	Variété	78,084
14. Adam 12 (Mo.)	CKGN	U.S.	Série policière	78,084
15. Adam 12 (Tu.)	CKGN	U.S.	Série policière	78,084
16. Friday Mystery Movie	CJOH	U.S.	Film	78,084
17. Chico and the Man	CBOT	U.S.	Comédie	71,577
18. Laverne and Shirley	CKGN	U.S.	Comédie	71,577
19. Mary Tyler Moore	CBOT	U.S.	Comédie	71,577
20. Carol Burnett	CBOT	U.S.	Variété	71,577
21. Odd Couple	CKGN	U.S.	Comédie	71,577
22. Rhoda	CBOT	U.S.	Comédie	65,070
23. Jeffersons	CJOH	U.S.	Comédie	65,070
24. Blue Knight	CKGN	U.S.	Série policière	65,070
25. Odd Couple (Wed.)	CKGN	U.S.	Comédie	65,070
26. Odd Couple (Mon.)	CKGN	U.S.	Comédie	65,070
27. Adam 12 (Wed.)	CKGN	U.S.	Série policière	65,070
28. Adam 12 (Th.)	CKGN	U.S.	Série policière	65,070
29. Joe Forrester	CJOH	U.S.	Série policière	65,070
30. Movie	CKGN	U.S.	Film	65,070

* Estimation de BBM de l'auditoire de la région centrale (printemps'76)

ries policières, quatre comédies et un film. On remarque aussi que deux des émissions (ODD Couple et Adam 12) qu'il diffuse chaque jour de la semaine, constituent sept de leurs dix émissions les plus regardées. Le réseau CTV recueille la deuxième place de la part des téléspectateurs avec neuf émissions dont deux émissions d'aventure, deux comédies, deux séries policières, une émission de variété, un film et une émission "autre" (Miss Teen Canada). Au troisième rang, se classe CBC, avec huit émissions (dont six comédies). Enfin, WWNY avec une série policière et une comédie; Radio-Canada avec un téléroman et TVA avec une comédie, terminent cette liste. Au printemps, la grande majorité des émissions les plus regardées (28 des 30 émissions) étaient diffusées uniquement par des réseaux canadiens; une émission était diffusée à la fois par des réseaux canadiens et américains et une autre émission n'était diffusée que par un réseau américain.

La prédominance des émissions américaines sur la liste s'avérait constante au printemps. En effet, 26 des 30 émissions étaient américaines. Des quatre autres émissions qui étaient canadiennes, deux étaient diffusées par les réseaux de langue française et deux (dont une émission spéciale) étaient diffusées par des réseaux de langue anglaise.

Comme nous l'avons constaté à l'automne, les comédies (31%) étaient encore une fois prédominantes. La proportion des films (18%), émissions de variété (14%), aventure (9%) et téléromans (2%) demeurait à peu près la même par rapport aux données de l'automne. D'autre part, la vogue des séries policières augmentait au printemps (printemps 18%, au-

tomne 12%). Quant aux catégories d'émissions de jeu et les nouvelles, on les voyait disparaître de la liste pour être remplacées par des émissions classées "autres".

Ainsi donc au printemps, on regardait surtout les réseaux canadiens, bien que les émissions diffusées par ces mêmes réseaux soient pour la plupart des productions américaines. Les téléspectateurs d'Ottawa préfèrent le genre comédie (31%), ensuite les films (18%) et les séries policières (18%). La programmation des réseaux de langue française n'était que peu représentée(N=2) sur la liste des trente (30) émissions les plus regardées (Voir tableau 44).

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION (Printemps'76)

Si l'on examine les cotes d'écoute en fonction de l'auditoire du territoire total de diffusion, on note que les trente (30) émissions les plus regardées ne sont semblables qu'en partie à celles de la région centrale. Comme nous l'avons fait remarquer plus tôt, les différences entre la région centrale et le territoire total de diffusion sont minimes pour les grands marchés comme ceux de Montréal et Toronto, mais beaucoup plus appréciables pour les marchés de moins grande taille. Ainsi que le tableau 45 nous le fait voir, mises à part les variations dans l'ordre de classement de certaines émissions, on remarque un certain nombre de nouvelles émissions, parmi lesquelles se trouvent certainement les

TABLEAU 44

Les trente (30) émissions,classées par catégories, les plus regardées par l'ensemble de la population (2 ans et plus) de la région d'OTTAWA *

REGION CENTRALE

Population estimée à 650, 700 personnes

Catégorie d'émission	Unités / émissions	Catégorie d'émission	Unités / minutes
Comédie	47%	Comédie	31%
Série policière	23%	Film	18%
Variété	10%	Série policière	18%
Aventure	7%	Variété	14%
Film	7%	Aventure	9%
Téléroman	3%	Autre	8%
Autre	3%	Téléroman	2%

* Estimation de BBM de l'auditoire de la région centrale (printemps'76)

TABLEAU 45

Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région d'OTTAWA *

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 1,087,570 personnes

Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1. Bionic Woman	CJOH	U.S.	Aventure	265,900
2. Six Million $Man	CJOH	U.S.	Aventure	258,900
3. All in the Family	CBOT	U.S.	Comédie	226,000
4. Good Times	CJOH	U.S.	Comédie	211,500
5. Rich Little Show	CJOH	U.S.	Variété	207,000
6. Miss Teen Canada	CJOH	CAN	Autres	197,000
7. Jeffersons	CJOH	U.S.	Comédie	184,100
8. Newsline (mon.)	CJOH	CAN	Nouvelles	178,200
9. Bobby Vinton (Tu.)	CJOH	U S	Variété	167,600
10. Newsline (Tu.)	CJOH	CAN	Nouvelles	164,700
11. Newsline (Wed.)	CJOH	CAN	Nouvelles	161,800
12. Rookies	CJOH	U.S.	Série policière	157,200
13. Friday Mystery Movie	CJOH	U.S.	Film	155,200
14. Newsline (TH.)	CJOH	CAN	Nouvelles	154,500
15. Newsline (Fri.)	CJOH	CAN	Nouvelles	152,200
16. Sanford & Son	CJOH	U.S.	Comédie	151,100
17. Joe Forrester (Mon.)	CJOH	U.S.	Série policière	141,300
18. Sts of San Fran.	CJOH	U.S.	Série policière	141,200
19. Grady	CJOH	U.S.	Comédie	140,100
20. Happy Days	CBOT	U.S.	Comédie	137,500
21. Wed. Night Movie	CJOH	U.S.	Film	140,000
22. Wayne & Shuster	CBOT	CAN	Variété	136,400
23. Chico & the Man	CBOT	U.S.	Comédie	135,200
24. Headline Hunters	CJOH	CAN	Emission de jeu	126,400
25. Country Way	CJOH	CAN	Emission de musique	125,900
26. Mash	CBOT	U.S.	Comédie	125,300
27. Good Heavens	CJOH	U.S.	Comédie	124,000
28. Switch	CJOH	U.S.	Série policière	121,400
29. Rhoda	CBOT	U.S.	Comédie	120,100
30. Mary Tyler Moore	CBOT	U.S.	Comédie	117,000

*Estimation de BBM de l'auditoire du territoire total de diffusion (printemps'76)

cinq émissions de nouvelles. On compte également quatre comédies, deux séries policières, une émission de variété, un film, une émission de jeu et une émission de musique.

Ce qui constitue l'une des plus importantes différences entre le territoire total de diffusion et la région centrale est dû au fait que seulement deux réseaux soient présents sur la liste des trente (30) émissions les plus regardées. Le réseau CTV, avec 23 des 30 émissions, domine sur cette liste. La répartition des types d'émissions que les téléspectateurs préfèrent regarder à CTV, se fait comme suit: comédies (N=5), nouvelles (N=5), séries policières (N=4), films (N=2), aventure (N=2) émission de jeu (N=1), musique (N=1), et "autres" (N=1). Pour sa part, le réseau CBC enregistre six comédies et une émission de variété sur la liste. Presque le tiers des trente (30) émissions (soit neuf des trente émissions) sur cette liste sont des productions canadiennes. Cela est dû, pour une grande part, à la très populaire émission Newsline de CTV.

La répartition des catégories d'émissions préférées est plus diversifiées dans le territoire total de diffusion que dans la région centrale. En effet, le tableau 46 nous fait voir neuf types différents de catégories d'émissions dans le territoire total de diffusion contre sept types d'émissions pour la région centrale. Les comédies (23%) dominent toujours mais sont suivies de plus près par les films (19%) et

TABLEAU 46

Les trente (30) émissions, classées par catégories, les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région d'OTTAWA

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 1,087,570 personnes

Catégorie d'émission	Unités/ émissions	Catégorie d'émission	Unités/ minutes
Comédie	37%	Comédie	23%
Nouvelles	17%	Film	19%
Série policière	13%	Série policière	17%
Variété	10%	Nouvelles	11%
Aventure	7%	Variété	11%
Film	7%	Aventure	8%
Emission de jeu	3%	Autre	7%
Musique	3%	Emission de jeu	2%
Autre	3%	Musique	2%

* Estimation de BBM de l'auditoire du territoire total de diffusion (printemps'76)

les séries policières (17%). Suivent les nouvelles (11%) qui apparaissent pour la première fois en tant que catégorie et les variétés (11%). Enfin, les émissions d'aventures (8%), les émissions "autres" (7%), les émissions de jeu (2%) et les émissions de musique (2%) (une nouvelle catégorie) complètent la liste. Dans l'ensemble, sauf dans le cas des nouvelles et des comédies, l'importance relative des différentes catégories d'émissions reste à peu près la même que celle de la région centrale.

LES GROUPES SELON LE SEXE

Nous avons analysé nos données en termes de programmation préférée par les groupes selon l'âge et le sexe pour compléter notre analyse du marché d'Ottawa.

Pour les groupes selon le sexe, nous avons compilé, d'après les rapports de BBM, les dix (10) émissions les plus regardées par les hommes et les femmes du territoire total de diffusion, au printemps. Comme on le voit au tableau 47 , ces listes démontrent que les hommes et les femmes n'ont que quatre émissions en commun parmi les dix émissions de leurs listes. Il s'agit de deux émissions d'aventure, une comédie, et une émission de nouvelles. Il semble que les femmes préfèrent, pour leur part, les émissions de comédie alors que les hommes choisissent plus d'émissions de nouvelles. Cela est une

TABLEAU 47

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adultes (femmes, 18 ans et plus) de la région D'OTTAWA *

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 1,087,570 personnes

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	All in the Family	CBOT	U.S.	Comédie	101,800
2.	Bionic Woman	CJOH	U.S.	Aventure	83,900
3.	Six Million $ Man	CJOH	U.S.	Aventure	82,900
4.	Miss Teen Canada	CJOH	CAN.	Autre	75,000
5.	Jeffersons	CJOH	U.S.	Comédie	72,600
6.	Good Times	CJOH	U.S.	Comédie	71,000
7.	Bobby Vinton	CJOH	U.S.	Variété	69,600
8.	Newsline	CJOH	CAN.	Nouvelles	68,500
9.	Wed. Night Movie	CJOH	U.S.	Film	67,600
10.	Streets of San Francisco	CJOH	U.S.	Série policière	66,000

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adultes (hommes, 18 ans et plus) de la région d'OTTAWA*

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Newsline	CJOH	CAN	Nouvelles	85,400
2.	All in the Family	CJOH	U.S.	Comédie	83,600
3.	Six Million $ Man	CJOH	U.S.	Aventure	79,600
4.	Newsline	CJOH	CAN	Nouvelles	79,500
5.	Newsline	CJOH	CAN	Nouvelles	78,600
6.	Joe Forrester	CJOH	U.S.	Série policière	74,500
7.	Rich Little Show	CJOH	U.S.	Variété	72,100
8.	Newsline	CJOH	CAN	Nouvelles	71,500
9.	Bionic Woman	CJOH	U.S.	Aventure	71,400
10.	Newsline	CJOH	CAN	Nouvelles	70,100

---

* Estimation de BBM de l'auditoire du territoire total de diffusion (printemps'76)

des raisons pour lesquelles les hommes ont cinq productions canadiennes sur leur liste alors que les femmes n'en ont que deux. En ce qui a trait à la taille de l'auditoire, si l'on exclut le cas de l'émission "All in the Family", on peut dire qu'elle est à peu près la même pour les hommes et pour les femmes.

LES GROUPES SELON L'AGE

Nous avons subdivisé nos données en trois groupes d'âge. Les adultes, 18 ans et plus, les adolescents de 12 à 17 ans et les enfants de 2 à 11 ans. On doit se rappeler que les listes des émissions les plus regardées par les trois groupes d'âge ne comprennent que les émissions diffusées entre 18 heures et 23 heures.

On constate que trois groupes d'âge ont quatre émissions en commun (deux émissions d'aventure, une comédie et une émission de variété). Si on compare les listes, on trouve que les enfants et les adolescents ont six émissions préférées en commun. Ce sont les quatre émissions mentionnées plus haut, plus une comédie et une émission de variété. Les adultes et les adolescents partagent également six choix communs dont la série "All in the Family" et le reportage "Miss Teen Canada". Dans l'ensemble, on pourrait dire que la liste des adultes se distingue par un certain nombre d'émissions de

nouvelles alors que les adolescents et les enfants préfèrent particulièrement les comédies. Pour ce qui est du réseau le plus regardé, on peut dire que CTV est de très loin le premier sur les trois listes. A l'exception des nouvelles, du reportage "Miss Teen Canada" et d'une comédie "Symphorien", toutes les émissions qui figurent sur les trois listes sont des productions américaines. Il est intéressant de noter que toutes les émissions apparaissant sur les listes, cette comédie "Symphorien" dont il vient d'être question est la seule émission à être diffusée par un réseau de langue francaise. Pour plus de détails, voir le tableau 48.

TABLEAU 48

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adultes (18 ans et plus) de la région D'OTTAWA*

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 1,087,570 personnes

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	All in the Family	CBOT	U.S.	Comédie	185,400
2.	Six Million $ Man	CJOH	U.S.	Aventure	162,500
3.	Bionic Woman	CJOH	U.S.	Aventure	155,300
4.	Newsline	CJOH	CAN	Nouvelles	153,900
5.	Newsline	CJOH	CAN	Nouvelles	142,500
6.	Newsline	CJOH	CAN	Nouvelles	142,300
7.	Rich Little Show	CJOH	U.S.	Variété	135,600
8,	Good Times	CJOH	U.S.	Comédie	135,000
9.	Newsline	CJOH	CAN	Nouvelles	133,900
10.	Miss Teen Canada	CJOH	CAN	Autre	132,900

* Estimation de BBM de l'auditoire du territoire total de diffusion (printemps'76)

TABLEAU 48 (suite)

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adolescents (12-17 ans) de la région d'OTTAWA*

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 1,087,570 personnes

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Miss Teen Canada	CJOH	CAN	Autre	49,325
2.	Bionic Woman	CJOH	U.S.	Aventure	45,400
3.	Rich Little Show	CJOH	U.S.	Variété	41,800
4.	Six Million $ Man	CJOH	U.S.	Aventure	40,900
5.	Happy Days	CBOT	U.S.	Comédie	33,500
6.	Good Times	CJOH	U.S.	Comédie	29,300
7.	Jeffersons	CJOH	U.S.	Comédie	26,900
8.	Rookies	CJOH	U.S.	Série policière	25,650
9.	All in the Family	CBOT	U.S.	Comédie	24,800
10.	Bobby Vinton	CJOH	U.S.	Variété	21,700
	Grady	CJOH	U.S.	Comédie	21,700

Les dix (10) émissions les plus regardées par les enfants (2-11 ans) de la région d'OTTAWA

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Bionic Woman	CJOH	U.S.	Aventure	65,200
2.	Six Million $ Man	CJOH	U.S.	Aventure	55,500
3.	Good Times	CJOH	U.S.	Comédie	47,200
4.	Rich Little Show	CJOH	U.S.	Variété	29,600
5.	Jeffersons	CJOH	U.S.	Comédie	28,900
6.	Good Heavens	CJOH	U.S.	Comédie	27,900
7.	Bobby Vinton	CJOH	U.S.	Variété	26,700
8.	Sanford and Son	CJOH	U.S.	Comédie	23,200
9.	Friday Night Mystery Movie	CJOH	U.S.	Film	22,000
10.	Symphorien	CFVO	CAN	Comédie	20,800

* Estimation de BBM de l'auditoire du territoire total de diffusion (printemps'76)

RESULTATS

A) LA PROGRAMMATION TELEVISUELLE OFFERTE DANS LA REGION DE SUDBURY-TIMMINS-NORTH BAY

LES CARACTERISTIQUES DEMOGRAPHIQUES [1]

Etant donné que les caractéristiques locales de chacune de ces régions sont quelque peu différentes les unes des autres, nous allons d'abord présenter les informations sur le recensement de chaque région séparément.

A) SUDBURY: Au recensement de 1971, la population de la région métropolitaine de Sudbury était de 155,425 personnes dont 80,435 hommes et 74,990 femmes. Les familles comptaient en moyenne 3.9 personnes et 1.9 enfants. Le revenu familial moyen était de $11,739. 84,475 personnes déclaraient être de langue maternelle anglaise, 49,570 de langue maternelle française et 21,375 mentionnaient d'autres langues. 120,675 personnes disaient parler l'anglais à la maison, 41,055 personnes disaient parler le français, 4,495 personnes l'italien, 1,315 personnes l'ukrainien, 815 personnes le polonais, 590 personnes l'allemand et 40 personnes le néérlandais.

Les groupes ethniques se répartissaient comme suit dans la région métropolitaine de Sudbury: 58,080 Français, 56,985 Britanniques, 10,335 Italiens, 5,625 Ukrainiens, 5,005 Allemands, 2,900 Polonais, 1,285 Scandinaves, 1,210 Asiatiques, 385 Hongrois et 130 Russes.

---

1. Statistiques Canada. Recensement 1971. Catalogue 95-719

B) TIMMINS: Au recensement de 1971, la population de la région de Timmins était de 28,542 personnes dont 14,550 hommes et 13,990 femmes. 13,070 personnes déclaraient être de langue maternelle française, 13,265 personnes de langue maternelle anglaise et 3,200 personnes mentionnaient d'autres langues. 15,495 personnes déclaraient parler l'anglais à la maison, 11,310 personnes le français, 1,690 personnes mentionnaient d'autres langues. Les groupes ethniques se répartissaient comme suit dans la région de Timmins: 14,145 Français, 8,470 Britanniques et 5,860 personnes provenant d'autres origines.[1]

C) NORTH BAY: Au recensement de 1971, la population de la région de North Bay était de 49,187 personnes dont 24,440 hommes et 24,750 femmes, 37,875 personnes se disaient de langue maternelle anglaise, 8,535 de langue maternelle française et 2,780 mentionnaient d'autres langues. 42,370 personnes disaient parler l'anglais à la maison, 5,400 le français et 1,405 spécifiaient d'autres langues. Les groupes ethniques de la région de North Bay se répartissaient comme suit: 28,185 Britanniques, 12,580 Français et 8,415 personnes provenant d'autres origines. Comme on peut le voir, ces trois régions sont quelque peu différentes quant à la taille des populations et à la répartition des groupes culturels qui les composent. A Timmins, par exemple, un grand nombre de personnes parlent soit le français ou l'anglais à la maison. Pour ces raisons, nous avions d'abord cru que les émissions les plus regardées d'après les rap-

---

1. Toute l'information du recensement pour les régions de Timmins et de North Bay (tel le revenu) n'était pas disponible

ports de BBM ne seraient pas les mêmes d'une région à l'autre. Nous avons donc analysé les données de chaque région séparément. Nous avons toutefois découvert qu'il n'y avait que des variations minimes relativement aux émissions les plus regardées. Nous avons donc décidé, pour notre présentation de résultats d'associer les trois régions: Sudbury, Timmins et North Bay pour former un seul grand marché plutôt que trois marchés différents.

LES CARACTERISTIQUES DE LA TELEDIFFUSION

Trois réseaux importants se divisent la plus grande part de l'auditoire de ce marché. Il y a d'abord le réseau d'état affilié (MCTVS-9)[I] et son pendant de langue française, Radio-Canada (CBFST-TV-9) et enfin le réseau privé de langue anglaise CTV (CKSO-5).

D'après les rapports de BBM, on évalue le pourcentage des foyers jouissant de la cablodistribution à 24% dans la région urbaine de North Bay. Il n'y a pas de statistiques à cet effet pour les régions de Timmins et de Sudbury. Pour les trois régions, on évalue à 68% le nombre de foyers possédant un télécouleur. La programmation télévisuelle de la région Sudbury-Timmins-North Bay est caractérisée par plusieurs facteurs particuliers. Entre autres, on peut souligner l'importance des films dans la programmation en début de soirée. Un autre facteur important à souligner est la diffusion des nouvelles, très tôt dans la soirée à 17.30 heures, par certains

I MCTVS (Mid-Canada Television System:# 9 station affiliée à C.B.C.

réseaux. Conséquemment, les émissions de nouvelles pour ces réseaux ne feront pas partie de notre analyse qui ne porte que sur la programmation de 18 heures à 23 heures. Le lecteur devra donc en tenir compte à l'interprétation des résultats. Enfin, du fait que cette région n'est pas atteinte par aucun réseau américain, on devrait y voir des différences particulières par rapport aux autres marchés déjà étudiés.

LES CATEGORIES GENERALES (Automne 75)

On peut observer, au tableau 47, les principales caractéristiques de la programmation des réseaux pour la région Sudbury-Timmins-North Bay. Les catégories principales (unités/minutes) d'émissions, pour chaque réseau à l'automne 75, apparaissent également au tableau 49 :

TABLEAU 49

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale

RADIO-CANADA		CTV		CBC	
Nouvelle	29%	Films (surtout des policiers)	31%	Films (surtout des drames)	30%
Films (surtout des drames)	20%	Série policière	17%	Comédie	20%
Documentaire	10%	Comédie	12%	Variété	11%
		Aventure	10%		

Si on compile les listes des catégories principales d'émissions, on obtient 7 catégories d'émissions offertes au téléspectateur moyen de cette région. Les films constituent une part importante de la programmation pour tous les réseaux. CTV (31%) et CBC (30%) détiennent les plus hauts pourcentages. CTV présente le plus souvent des films genre policier alors que CBC offre surtout des films de type dramatique. Contrairement à ce que nous avons constaté pour les autres marchés, les émissions de nouvelles ne constituent pas une catégorie importante de la programmation, sauf dans le cas du réseau de langue française Radio-Canada. On peut expliquer ce phénomène en partie à cause du fait que certains postes affiliés diffusent les nouvelles à 17.30 heures en début de soirée, dans certaines régions. On doit conclure cependant que les nouvelles ne demeurent pas moins exclues de la programmation des "heures à grande écoute" pour les téléspectateurs anglophones de cette région.

Dans le cas de CTV, les séries policières (17 %), comédies (12%) et les aventures (10%) suivent les films en importance. Le réseau CBC offre surtout aux téléspectateurs de cette région des comédies (20%), variétés (11%) et des émissions de musique (9%). Radio-Canada, pour sa part, préfère offrir surtout des documentaires (10%) et des émissions d'affaires publiques (9%). Pour plus de détails sur l'importance de chaque catégorie pour chaque réseau, voir le tableau XIX de l'appendice.

LANGUE DE DIFFUSION (Automne 75)

Les différences qui semblent les plus évidentes, de prime abord, sont dues au facteur linguistique. Nous avons synthétisé nos données dans ces termes. Les catégories principales d'émissions selon la langue de diffusion offertes aux téléspectateurs de la région Sudbury-Timmins-North Bay à l'automne 75 sont présentées au tableau 50 .

TABLEAU 50

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale selon la langue de diffusion

Réseaux de langue anglaise		Réseau de langue française	
Films (surtout des drames et des policiers)	30.5%	Nouvelles	29%
Comédie	16%	Films (surtout des drames)	20%
		Documentaire	10%

Sauf dans le cas des films qui représentent une proportion importante de la programmation pour les deux types de réseaux, soit de langue anglaise (30.5%) et de langue française (20%), il semble y avoir des différences qui ont trait à la langue de diffusion dans la programmation offerte aux téléspectateurs de ce marché. D'une part, les réseaux de langue française offrent surtout des nouvelles (29%), des documentaires (10%) et des émissions d'affaires publiques (9%); d'autre part,

les réseaux de langue anglaise offrent des comédies (16%), des émissions de musique (8.5%), des émissions de variétés (8.5%) et des séries policières (8.5%). Voir le tableau XX de l'appendice.

On peut donc en conclure qu'à l'exception des films, les réseaux de langue française et de langue anglaise ont à leur horaire un genre de programmation presque totalement opposé.

LES RESEAUX D'ETAT ET LES RESEAUX PRIVES

Nous avons également synthétisé nos données en termes de régimes de réseaux, soit réseaux d'état canadiens et réseaux privés canadiens. Le tableau 51 présente ces données.

TABLEAU 51

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale selon le régime des réseaux

D'état canadiens		Privé canadien	
Films (surtout des drames	25%	Films (surtout des policiers)	31%
Nouvelles	14.5%	Série policière	17%
Comédie	13%	Comédie	12%
		Aventure	10%

Si on étudie les catégories principales d'émissions offertes par les réseaux d'état et par les réseaux privés à l'automne 75, on note que les deux types de réseaux of-

frent à peu près les mêmes pourcentages de films et de comédies. Le type de films diffère toutefois selon le régime des réseaux. Les réseaux d'état présentent surtout des films de type dramatique alors que les réseaux privés offrent surtout des policiers. D'autres différences évidentes ont trait à l'importance des séries policières au réseau privé (17%) et des nouvelles aux réseaux d'état (14.5%). Nous savons quand même que cette dernière catégorie (nouvelles) est due presqu'entièrement à la programmation du réseau de langue française. Somme toute, la programmation de type émissions de violence semble être la caractéristique du réseau privé alors que les émissions d'information sont offertes plus fréquemment aux réseaux d'état.

Pour plus de détails, voir le tableau XXI de l'appendice.

CONTENU CANADIEN (Automne 75)

Nous avons également analysé nos données sur la programmation offerte dans la région de Sudbury-Timmins-North Bay en termes de contenu canadien. On trouve au tableau 52 les proportions de productions canadiennes (basées en unités/minutes), américaines ainsi que les productions d'autres pays (i.e. des pays européens).

TABLEAU 52

Pourcentage de productions canadiennes selon les réseaux

Réseaux / Pays d'origine	RADIO-CANADA		CTV		CBC	
Canada	69%	(57%)	31%	(30%)	31%	(31%)
U.S.	23%	(33%)	69%	(70%)	65%	(65%)
Autre	8%	(10%)	0%		4%	(4 %)

Le réseau d'état de langue française détient le plus haut pourcentage de productions canadiennes (69%). D'autre part, les deux autres réseaux (CTV et CBC) utilisent plutôt des productions américaines pour leur programmation aux heures à grande écoute.

Si on exclut les nouvelles (voir la 2ème colonne du tableau 52) comme nous l'avons fait pour les autres marchés, on découvre que les statistiques de Radio-Canada sont les seules à être affectées puisque ce réseau est le seul à offrir une quantité substantielle d'émissions de nouvelles. Tout compte fait, la programmation demeure majoritairement canadienne pour ce réseau.

Pour compléter notre analyse, nous avons également étudié le type de programmation offerte dans la région de Sudbury-Timmins-North Bay au printemps 76, d'après les mêmes critères.

LES CATEGORIES GENERALES (Printemps 76)

Le tableau sommaire 53 reflète les principales caractéristiques de la programmation des réseaux pour la région Sudbury-Timmins-North Bay. En termes de catégories principales (unités/minutes) au printemps 76, on obtient le tableau suivant:

TABLEAU 53

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale

RADIO-CANADA		CTV		CBC	
Nouvelles	30%	Films (surtout des policiers)	29%	Films (surtout des drames	29%
Films (surtout des policiers	13%	Série policière	19%	Comédie	16%
		Comédie	19%		
		Aventure	11%		

Ainsi, on constate certaines différences entre l'horaire de l'automne et celui du printemps. Bien que les films demeurent relativement aussi importants pour les trois réseaux, on note néanmoins que le pourcentage a diminué entre l'automne (20%) et le printemps (13%) dans le cas de Radio-Canada. On se rend compte également que les films du genre policier sont présentés un peu plus souvent par ce réseau. On doit toutefois interpréter ces données dans leur contexte et constater que seulement 6% sur 13% du temps accordé aux films au printemps était consacré aux films policiers. Au printemps, les émissions de

type variété (automne 11%, printemps 8%) ne font plus partie des catégories principales diffusées par le réseau CBC. Le même phénomène se reproduit dans le cas des documentaires (automne 10%, printemps 5%) au réseau Radio-Canada. Le pourcentage des affaires publiques à Radio-Canada pour sa part reste constant (automne 9%, printemps 9%). Enfin, les séries policières (19%) et les émissions d'aventures (11%) sont les caractéristiques exclusives du réseau CTV au printemps comme à l'automne.

Dans l'ensemble, on note que les réseaux offrent moins de catégories différentes d'émissions au printemps (N:5) qu'à l'automne (N:7). Pour plus de détails, voir le tableau XXI de l'appendice.

LANGUE DE DIFFUSION (Printemps 76)

Si l'on synthétise nos données sur la programmation télévisuelle au printemps 76 en termes de langue de diffusion, on obtient les résultats suivants:

TABLEAU 54

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale selon la langue de diffusion

Réseaux de langue anglaise		Réseau de langue française	
Films (surtout des drames	29%	Nouvelles	30%
Comédie	17.5%	Films (surtout des policiers	13%
Série policière	12%		

Les données du printemps reflètent des profils de programmation très différents, que ce soit pour les réseaux de langue anglaise ou pour les réseaux de langue française. Les téléspectateurs qui choisissent les émissions offertes par les réseaux de langue anglaise regardent surtout des films (29%), des comédies (17.5%) et des séries policières (12%). D'autre part, les téléspectateurs des réseaux de langue française regardent des émissions de nouvelles (30%), des films (13%) et des émissions d'affaires publiques (9%). Si on fait la comparaison avec les données de l'automne, on remarque une augmentation de la proportion des séries policières (automne 8.5%, printemps 12%) aux réseaux de langue anglaise et une diminution de la proportion des films (printemps 13%, automne 20%) et des documentaires (printemps 5%, automne 10%) aux réseaux de langue française. Pour plus de détails, voir le tableau XXIII de l'appendice.

LES RESEAUX D'ETAT ET LES RESEAUX PRIVES (Printemps 76)

Nous avons synthétisé nos données en termes de régimes des réseaux, soit réseaux d'état canadiens et réseaux privés canadiens:

TABLEAU 55

Pourcentage d'unités/minutes par catégorie principale selon le régime des réseaux

D'état canadiens		Privé canadien	
Films (surtout des drames)	21%	Films (surtout des policiers	29%
Nouvelles	15%	Série policière	19%
Comédie	11%	Comédie	19%
		Aventure	11%

Au printemps 76, on trouve presque la même concentration de catégories d'émissions que celle dont il a été question dans les données de l'automne. Toutefois, l'augmentation de la proportion des comédies aux réseaux privés canadiens (printemps 19%, automne 12%) constitue une exception. Pour plus de d'tails, voir le tableau XXIV de l'appendice.

Si on examine les deux groupes de données ayant trait à la langue de diffusion et au facteur économique, il semble que les différences entre les genres de programmation télévisuelle sont beaucoup plus rattachées au facteur linguistique qu'au facteur économique pour ce marché.

CONTENU CANADIEN (printemps 76)

Nous avons également analysé les données en termes de proportions des productions canadiennes pour les réseaux canadiens au printemps.

TABLEAU 56

Pourcentage de productions canadiennes selon les réseaux

Réseaux / Pays d'origine	RADIO-CANADA	(sauf les nouvelles)	CTV	(sauf les nouvelles)	CBC	(sauf les nouvelles)
Canada	78%	(68%)	23%	(23%)	32%	(32%)
U.S.	13%	(19%)	77%	(77%)	64%	(64%)
Autre	9%	(13%)	0%	(0%)	4%	(4%)

D'une part, on trouve, au printemps, une augmentation importante de la proportion des productions canadiennes au réseau d'état de langue française (printemps 78%, automne 69%). D'autre part, CTV diminuait sa proportion de contenu canadien au printemps (printemps 23%, automne 31%) alors que le poste affilié à CBC conservait les mêmes chiffres (printemps 32%, automne 31%).

Radio-Canada était seul, en définitive, à offrir une certaine diversité de productions étrangères non américaines avec un pourcentage de 9% d'émissions européennes.

Si on exclut les nouvelles, on retrouve les profils semblables à ceux dont il vient d'être question. La proportion de productions canadiennes de Radio-Canada est la seule à baisser lorsqu'on exclue les nouvelles. On ne remarque aucun changement pour les autres réseaux puisqu'ils n'offrent pas ce genre de programmation.

Comme nous avons étudié la programmation offerte dans la région de Sudbury-Timmins-North Bay, nous allons nous intéresser à ce que les téléspectateurs ont choisi de regarder.

B) LES COTES D'ECOUTE EN FONCTION DE L'AUDITOIRE

Dans cette partie, nous nous intéressons aux programmations les plus regardées d'après les rapports que nous avons obtenus de BBM sur les cotes d'écoute. Pour plus de détails sur la façon dont nous avons recueilli l'information et sur les définitions méthodologiques dont nous nous sommes servis, il serait indiqué de prendre connaissance des commentaires qu'on trouve au début de ce chapitre et des remarques faites dans les premiers paragraphes de l'analyse du marché de Montréal.

On doit préciser néanmoins qu'iln'y a eu aucun rapport de cote d'écoute pour la région de Sudbury-Timmins-North Bay, à l'automne 75. Cette situation est due en grande partie à la grève postale qui a eu lieu à cette époque. Nous avons donc fait une comparaison entre les rapports de l'hiver et ceux du printemps. On ne constate que des variations mineures ayant trait pour la plupart à l'ordre de classement des émissions. Nos résultats sont donc présentés dans les termes suivants:

Printemps 76	les 30 émissions les plus regardées par l'ensemble de la population
Région centrale et territoire total de diffusion	les 30 émissions les plus regardées par l'ensemble de la population, selon les catégories
Territoire total de diffusion seulement	les 10 émissions les plus regardées par les adultes de 18 ans et plus

les 10 émissions les plus regardées par les femmes

les 10 émissions les plus regardées par les hommes

les 10 émissions les plus regardées par les adolescents

REGION CENTRALE (printemps 76)

Les 30 émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (2 ans et plus) au printemps 76 sont présentées au tableau 57.

Les premiers éléments qu'on remarque à l'étude de ces données tiennent du fait que les deux postes MCTVS (N=14) et CKSO (N=16) se partagent plus ou moins également les émissions de la liste. On trouve également que les téléspectateurs regardent le réseau CTV davantage pour sa présentation de films (N=4) , de comédies (N=4), pour ses émissions d'aventure (N=4) ainsi que ses émissions de variété (N=1), documentaires (N=1), série policières (N=1) et ses émissions classées "autre" (N=1). De leur côté, les téléspectateurs de CBC choisissent de regarder ce réseau pour sa présentation de comédies (N=7), variétés (N=3), films (N=1),émissions de jeu (N=1), émissions de musique (N=1) et ses émissions classées "autre" (N=1). Les émissions sur cette liste sont pour la plupart des émissions américaines (24 sur 30). On remarque enfin qu'aucune émission du réseau de langue française, Radio-Canada ne figure sur cette liste.

TABLEAU 57

Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région de

SUDBURY-TIMMINS-NORTH BAY *

REGION CENTRALE

Population estimée à 242,690

	Nom de l'émission	Réseau	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Happy Days	MCTVS	U.S.	Comédie	97,076
2.	Wintario	MCTVS	CAN	Autre	80,087
3.	Six Million $ Man	CKSO	U.S.	Aventure	80,087
4.	Dean Martin	CKSO	U.S.	Variété	80,087
5.	All in Family	MCTVS	U.S.	Comédie	77,660
6.	Bionic Woman	CKSO	U.S.	Aventure	72,807
7.	Miss Teen Canada	CKSO	CAN	Autre	65,526
8.	Mash	MCTVS	U.S.	Comédie	63,099
9.	Good Times	CKSO	U.S.	Comédie	63,099
10.	Movie (Tu.)	CKSO	U.S.	Film	60,672
11.	Rhoda	MCTVS	U.S.	Comédie	60,672
12.	Movie (Wed.)	CKSO	U.S.	Film	60,671
13.	Chico and the Man	MCTVS	U.S.	Comédie	58,245
14.	Caroll Burnett	MCTVS	U.S.	Variété	58,245
15.	Salty	CKSO	U.S.	Aventure	58,245
16.	That's Entertainment	MCTVS	U.S.	Film	58,245
17.	Sharks	CKSO	U.S.	Documentaire	55,818
18.	Littlest Hobo	CKSO	CAN	Aventure	55,818
19.	Front Page Challenge	MCTVS	CAN	Jeu	53,391
20.	Rockford Files	CKSO	U.S.	Série pol.	53,391
21.	Maude	MCTVS	U.S.	Comédie	53,391
22.	Mary Tyler Moore	MCTVS	U.S.	Comédie	53,391
23.	Wayne & Shuster	MCTVS	CAN	Variété	50,964
24.	Tommy Hunter	MCTVS	CAN	Musique	48,538
25.	Bob Newhart	CKSO	U.S.	Comédie	48,538
26.	Mary Hartman	CKSO	U.S.	Comédie	48,538
27.	Tom Jones	MCTVS	U.S.	Variété	48,538
28.	Sanford & Son	CKSO	U.S.	Comédie	48,538
29.	Movie (Th.)	CKSO	U.S.	Film	46,111
30.	Movie (Mon.)	CKSO	U.S.	Film	46,111

*Estimation de BBM de l'auditoire de la Région Centrale. (Printemps 1976)

Nous avons synthétisé nos données en ces termes pour mieux évaluer l'importance des catégories d'émissions. Le tableau 58 présente ces données en termes d'unités d'émissions et d'unités/minutes. On peut se douter que les films (35%) et les comédies (21%) s'avèrent les catégories les plus regardées par les téléspectateurs de cette région. Les émissions de variété (14%), aventure (10%) et la catégorie d'émission "autre" (8%) sont les catégories qui recueillent ensuite la faveur des téléspectateurs de cette région. Les séries policières obtiennent(3%),les émissions de musique (3%), documentaires (3%) et les émissions de jeu (3%). Exception faite des séries policières qui sont représentées de façon modérée sur la liste, il semble que les catégories d'émissions offertes le plus souvent par les réseaux aux téléspectateurs (i.e. film et comédie) soient également les plus regardées. Ce qui n'était pas toujours le cas pour les autres marchés que nous avons étudiés.

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION (Printemps 76)

Les cotes d'écoute en fonction de l'auditoire du territoire total de diffusion pour les 30 émissions les plus regardées au printemps sont, somme toute, semblables à celles de la région centrale. On ne constate que des variations mineures ayant trait, pour la plupart, à l'ordre de classement des émissions. On remarque toutefois 4 nouvelles émissions vers la fin de la liste (1 variété à MCTVS; 1 série policière à MCTVS; 1 émission de musique à MCTVS et 1 film également à MCTVS).

TABLEAU 58

Les trente (30) émissions, par catégories, les plus regardées par l'ensemble de la population (deux ans et plus) de la région de Sudbury

REGION CENTRALE

Population estimée à 242,690 personnes

Catégorie d'émission	Unités / émissions	Catégorie d'émission	Unités / minutes
Comédie	37%	Film	35%
Film	17%	Comédie	31%
Aventure	13.5%	Variété	14%
Variété	13.5%	Aventure	10%
Autre	7%	Autre	8%
Documentaire	3%	Documentaire	3%
Emission de jeu	3%	Emission de jeu	3%
Série policière	3%	Série policière	3%
Musique	3%	Musique	3%

^^^^^^^^^^^^^^^^^

* Estimation de BBM de l'auditoire de la région centrale (printemps'76)

Bien qu'il ne s'agisse pas de changements importants, ces 4 émissions offertes par MCTVS augmente à 17 le nombre de ses émissions choisies par l'auditoire du territoire total de diffusion de ce réseau. (Voir tableau 59).

Les catégories d'émissions du territoire total de diffusion sont aussi diversifiées que celles de la région centrale. Comme on peut le voir, il s'agit des 9 mêmes catégories distinctes. On remarque les différences suivantes: augmentation de la proportion des films (région centrale 35%, territoire total de diffusion 38%) et des séries policières (territoire total de diffusion 6%, région centrale 3%) et une diminution de la proportion des comédies (territoire total de diffusion 14%, région centrale 21%). Pour plus de détails, voir le Tableau 60 .

LES GROUPES SELON LE SEXE

Nous avons complété nos données en termes de préférences des groupes selon l'âge et le sexe pour compléter notre analyse.

Nous avons compilé, d'après les rapports de BBM, les 10 émissions les plus regardées par les hommes et par les femmes du territoire total de diffusion, au printemps 76. Comme on le voit au tableau 61, les hommes et les femmes ont, dans une certaine mesure, les mêmes goûts. 6 des 10 émissions les plus regardées étaient les mêmes pour les deux groupes même en tenant compte des légères variations dans leur ordre de classement. Les deux groupes choisissaient surtout des comé-

TABLEAU 59

Les trente (30) émissions les plus regardées par l'ensemble de la population (2 ans et plus) de la région de Sudbury*

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 615,970 personnes

Nom de l'émission	(réseau)	Pays d'origine	Catégorie d'émission	Cote d'écoute
1. Happy Days	(MCTVS)	U.S.	Comédie	172,500
2. Wintario	(MCTVS)	CAN.	Autre	164,500
3. Six Million $ Man	(CKSO)	U.S.	Aventure	163,700
4. All in the family	(MCTVS)	U.S.	Comédie	157,400
5. Bionic Woman	(CKSO)	U.S.	Aventure	145,800
6. Dean Martin (3)	(CKSO)	U.S.	Variété	143,800
7. Chico and the man	(MCTVS)	U.S.	Comédie	126,100
8. Good times	(CKSO)	U.S.	Comédie	120,000
9. Mash	(MCTVS)	U.S.	Comédie	119,900
10. Miss Teen Canada	(CKSO)	CAN.	Autre	122,700
11. Movie	(CKSO)	U.S.	Film	121,000
12. Tom Jones	(MCTVS)	U.S.	Variété	119,400
13. Sharks	(CKSO)	U.S.	Documentaire	116,900
14. Tommy Hunter	(MCTVS)	CAN	Musique	114,300
15. Carol Burnett	(MCTVS)	U.S.	Variété	113,100
16. Salty (2)	(CKSO)	U.S.	Aventure	112,000
17. Movie	(CKSO)	U.S.	Film	111,400
18. Rhoda	(MCTVS)	U.S.	Comédie	111,100
19. Rockford Files	(CKSO)	U.S.	Série policière	110,400
20. Littlest Hobo	(CKSO)	CAN.	Aventure	109,000
21. Front Page Challenge	(MCTVS)	CAN.	Jeu	107,300
22. Mary Tyler Moore	(MCTVS)	U.S.	Comédie	104,400
23. HeeHaw	(MCTVS)	U.S.	Variété	102,600
24. Wayne & Schuster	(MCTVS)	CAN.	Variété	99,500
25. Movie	(CKSO)	U.S.	Film	97,700
26. Movie	(MCTVS)	U.S.	Film	95,100
27. Lawrence Welk Show	(MCTVS)	U.S.	Musique	94,000
28. Movie 1-2-3	(CKSO)	U.S.	Film	93,600
29. Starsky & Hutch	(MCTVS)	U.S.	Série policière	92,100
30. Maude	(MCTVS)	U.S.	Comédie	90,900

* (estimation de BBM pour l'auditoire du territoire total de diffusion, printemps 1976)

TABLEAU 60

Les trente (30) émissions de télévision les plus regardées par catégories par l'ensemble de la population (2 ans et plus) de la région de Sudbury*

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 615,970 personnes

Catégorie d'émission	Unités émission	Catégorie d'émission	Unités/ minutes
Comédie	27%	Film	38%
Film	20%	Variété	16%
Variété	17%	Comédie	14%
Aventure	13%	Aventure	10%
Série policière	7%	Autre	7%
Autre	7%	Série policière	6%
Documentaire	3%	Documentaire	3%
Musique	3%	Musique	3%
Jeu	3%	Jeu	3%

* (estimation de BBM pour l'auditoire du territoire total de diffusion, printemps 1976)

TABLEAU 6I

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adultes
(femmes 18 ans et plus) de la région de Sudbury*

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 615,970 personnes

	Nom de l'émission	(réseau)	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Wintario	(MCTVS)	CAN.	Autre	69,000
2.	All in the Family	(MCTVS)	U.S.	Comédie	58,900
3.	Miss Teen Canada	(CKSO)	CAN.	Autre	58,600
4.	Happy Days	(MCTVS)	U.S.	Comédie	55,400
5.	Tom Jones	(MCTVS)	U.S.	Variété	48,000
6.	Movie (Wed.)	(CKSO)	U.S.	Film	48,000
7.	Chico and the man	(MCTVS)	U.S.	Comédie	46,000
8.	Rhoda	(MCTVS)	U.S.	Comédie	46,000
9.	Tommy Hunter	(MCTVS)	CAN.	Musique	45,100
10.	Bionic Woman	(CKSO)	U.S.	Aventure	44,700

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adultes
(hommes 18 ans et plus) de la région de Sudbury*

	Nom de l'émission	(réseau)	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Wintario	(MCTVS)	CAN.	Autre	72,200
2.	All in the Family	(MCTVS)	U.S.	Comédie	60,500
3.	Dean Martin	(CKSO)	U.S.	Variété	58,000
4.	Chico and the man	(MCTVS)	U.S.	Comédie	52,600
5.	Movie (Wed.)	(CKSO)	U.S.	Film	52,600
6.	Tommy Hunter	(MCTVS)	CAN.	Musique	48,700
7.	Front Page Challenge	(MCTVS)	CAN.	Jeu	46,100
8.	Mash	(MCTVS)	U.S.	Comédie	43,400
9.	Happy Days	(MCTVS)	U.S.	Comédie	43,100
10.	Good Times	(CKSO)	U.S.	Comédie	41,600

* (estimation de BBM de l'auditoire total de diffusion (Printemps 1976).

dies. En ce qui a trait au contenu canadien, les deux groupes choisissaient 7 productions américaines et 3 productions canadiennes. La taille de l'auditoire était à peu près la même.

LES GROUPES SELON L'ÂGE

Nous avons divisé nos données en trois groupes selon l'âge. Les adultes, 18 ans et plus, les adolescents 12 à 17 ans et les enfants 2 à 11 ans. On doit prendre note du fait que les 10 émissions les plus regardées par les trois groupes d'âge ne sont diffusées qu'entre 18 heures et 23 heures en semaine.

On note seulement 2 émissions choisies par les trois groupes: soit une comédie ("Happy Days") et une émission d'aventure ("Bionic Woman"). La différence fondamentale entre, d'une part, les adultes et d'autre part, les adolescents et les enfants, est la préférence marquée qu'accordent ces derniers aux émissions d'aventure. Néanmoins, les trois groupes accordent clairement leur préférence aux comédies, bien que ce ne soit pas nécessairement les mêmes émissions pour chaque groupe d'âge. Ce sont les listes des enfants et des adolescents qui ont le plus d'émissions en commun, soit 6 émissions. Enfin, compte tenu de la préférence que les adultes expriment pour des émissions telles que "Miss Teen Canada", "Wintario", les émissions de jeu et de musique, ils sont, parmi les trois groupes, le seul à choisir un nombre substantiel de productions canadiennes (4 sur 10). Pour plus de détails, voir le tableau62 .

TABLEAU 62

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adultes (18 ans et plus) de la région de Sudbury*

TERRITOIRE TOTAL DE DIFFUSION

Population estimée à 615,970 personnes

Nom de l'émission	(réseau)	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1. Wintario	(MCTVS)	CAN.	Autre	141,200
2. All in the Family	(MCTVS)	U.S.	Comédie	119,400
3. Dean Martin	(CKSO)	U.S.	Variété	101,700
4. Movie (Wed.)	(CKSO)	U.S.	Film	100,600
5. Chico and the man	(MCTVS)	U.S.	Comédie	99,700
6. Happy Days	(MCTVS)	U.S.	Comédie	98,500
7. Tommy Hunter	(MCTVS)	CAN.	Musique	93,800
8. Front Page Challenge	(MCTVS)	CAN.	Jeu	89,400
9. Miss Teen Canada	(CKSO)	CAN.	Autre	89,400
10. Bionic Woman	(CKSO)	U.S.	Aventure	81,300

* (estimation de BBM de l'auditoire du territoire total de diffusion printemps 1976)

TABLEAU 62 (suite)

Les dix (10) émissions les plus regardées par les enfants (2-11 ans) de la région de Sudbury*

	Nom de l'émission	(Réseau)	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Six Million $ Man	(CKSO)	U.S.	Aventure	54,400
2.	Littlest Hobo	(CKSO)	CAN.	Aventure	37,500
3.	Salty	(CKSO)	U.S.	Aventure	36,000
4.	Bionic Woman	(CKSO)	U.S.	Aventure	35,300
5.	Happy Days	(MCTVS)	U.S.	Comédie	35,100
6.	Tom Jones	(MCTVS)	U.S.	Variété	25,500
7.	Movie (Th.)	(CKSO)	U.S.	Film	23,600
8.	Sanford & Son	(CKSO)	U.S.	Comédie	21,800
9.	Good Times	(CKSO)	U.S.	Comédie	21,600
10.	Mash	(MCTVS)	U.S.	Comédie	21,100

Les dix (10) émissions les plus regardées par les adolescents (12-17 ans) de la région de Sudbury*

	Nom de l'émission	(réseau)	Pays d'origine	Catégorie	Cote d'écoute
1.	Happy Days	(MCTVS)	U.S.	Comédie	38,900
2.	Six Million $ Man	(CKSO)	U.S.	Aventure	31,925
3.	Bionic Woman	(CKSO)	U.S.	Aventure	29,200
4.	Salty	(CKSO)	U.S.	Aventure	25,800
5.	Good Times	(CKSO)	U.S.	Comédie	24,900
6.	All in the Family	(MCTVS)	U.S.	Comédie	24,200
7.	Carrol Burnett	(MCTVS)	U.S.	Variété	19,500
8.	Movie (Th.)	(CKSO)	U.S.	Film	19,400
9.	Mash	(MCTVS)	U.S.	Comédie	19,100
10.	Chico and the man	(MCTVS)	U.S.	Comédie	18,900
	Rich Little	(CKSO)	U.S.	Variété	18,900

* (évaluation deBBM de l'auditoire du territoire total de diffusion Printemps 1976)

SOMMAIRE

Le sommaire des résultats de la section I est divisé en deux parties:

1. Un survol de la programmation offerte dans les marchés étudiés (i.e. Montréal, Ottawa, Toronto et Sudbury-Timmins-North Bay)

2. Un sommaire de nos résultats relatifs à la programmation préférée par les téléspectateurs de chacun des quatre marchés.

1ère PARTIE: LA PROGRAMMATION DES RESEAUX

Puisque nous avons déjà présenté les données spécifiques de chacun des marchés, nous allons maintenant comparer les quatre marchés de façon à définir les profils généraux qui se dégagent de notre analyse. Comme nous l'avons fait pour chacun des marchés, nous allons d'abord étudier les données ayant trait aux catégories générales d'émissions, ensuite le facteur linguistique, le facteur économique et enfin le contenu canadien.

Que ce soit au printemps ou à l'automne, il semble bien que les catégories principales d'émissions offertes dans les quatre marchés, soient des émissions de nouvelles, des séries policières, des films et des comédies.

Les nouvelles (automne'75)

Nous avons constaté que le pourcentage moyen de temps de diffusion aux heures à grande écoute accordé à cette catégorie est de 22% (unités/minutes) pour les régions de Montréal, Toronto et Ottawa. La seule exception est la région de Sudbury-Timmins et North Bay où on offre que 10% de la totalité du temps de diffusion et ce presqu'uniquement au réseau de Radio-Canada (voir les tableaux I - VII - XIII - XIX de l'appendice).

Les films (automne'75)

Dans l'ensemble, les films (15%) constituent la deuxième catégorie en importance pour les quatre régions. Il y a toutefois des variations selon les marchés. Par exemple, le plus haut pourcentage est accordé à la région de Sudbury-Timmins- North Bay (27%) et le plus bas à la région de Montréal (12%) (Voir les tableaux I - VII - XIII - XIX de l'appendice).

Les séries policières (automne'75)

Dans le cas de trois des quatre marchés, on trouve fréquemment des séries policières (Montréal, Toronto, Ottawa). En moyenne, les quatre régions accordent 13.4% de toute leur programmation à ce genre d'émissions. Le pourcentage le plus élevé est retrouvé à Toronto (16%) et le plus bas dans la région de Sudbury-Timmins-North Bay (5.6%) (Voir les tableaux I - VII - XIII - XIX de l'appendice).

Les comédies (automne'75)

Les comédies, se classant en importance comme la quatrième catégorie, représentent dans l'ensemble 11% du temps de diffusion des heures à grande écoute pour les quatre marchés. La plus grande quantité de comédies est diffusée dans la région de Sudbury-Timmins-North Bay (13%) et la plus faible dans la région de Montréal (9.5%). (Voir les tableaux I - VII - XIII - XIX de l'appendice).

Puisqu'à première vue la programmation d'au moins trois des quatre marchés s'avère assez homogène, il est nécessaire d'étudier les données en termes de langue de diffusion, de facteurs économiques et de contenu canadien, pour pouvoir déterminer les caractéristiques de chaque région.

Pour simplifier la présentation, nous n'avons conservé que les données ayant trait aux catégories principales (i.e. les catégories qui représentent en unité/minutes au moins 10% de la programmation totale).

Langue (automne'75)

Si on analyse les données en termes de langue de diffusion, les catégories suivantes prédominent pour les quatre marchés:

TABLEAU 63

Pourcentage d'unités/minutes selon la langue de diffusion

MARCHES	MONTREAL		TORONTO		OTTAWA		SUDBURY-TIMMINS North Bay	
Langue de diffusion								
FRANCAIS:	Nouvelles	25%	Nouvelles	29%	Films	22%	Nouvelles	29%
	Films	21%	Films	22%	Nouvelles	19.5%	Films	20%
	Interview	10.5%	Documentaire	12%	Affaires publiques	15.5%	Documentaire	10%
			Affaires publiques	11.5%	Interview	10%		
ANGLAIS:	Nouvelles	20%	Série policière	20%	Nouvelles	23%	Films	30.5%
	Série policière	16%	Nouvelles	17%	Série policière	17%	Comédie	16%
	Comédie	14.5%	Comédie	12%	Comédie	16%		
	Musique	10.5%	Films	11%	Films	10%		
AMERICAIN:	Nouvelles	25%	Nouvelles	24%	Nouvelles	20%		
	Série policière	22%	Série policière	15%	Comédie	15%		
	Films	11.5%	Sports	14%	Films	14%		
			Films	12%	Série policière	10%		
					Série dramatique	10%		
					Variété	10%		

Ce tableau démontre certaines différences importantes entre les réseaux de langue anglaise et de langue française. On remarque, entre autres, un biais évident pour les émissions d'information (nouvelles, affaires publiques, documentaires) et les films aux réseaux de langue francaise pour les quatre marchés. D'autre part, les réseaux de langue anglaise, bien qu'ils offrent, mais dans une moins large mesure, un certain nombre d'émissions

de nouvelles et des films, présentent aussi un nombre considérable de séries policières et de comédies dans leurs programmations.

La programmation des réseaux américains accordant aussi une part importante aux séries policières, celle-ci ressemble davantage à la programmation des réseaux de langue anglaise qu'à celle des réseaux de langue française. Ainsi, on constate dans la programmation des quatre marchés d'importantes divergences selon qu'elle soit diffusée en français ou en anglais.

Régimes des réseaux (automne'75)

TABLEAU 64

Pourcentage d'unites/minutes selon le régime des réseaux

MARCHES	MONTREAL		TORONTO		OTTAWA		SUDBURY-TIMMINS NORTH BAY	
Type de regime								
D'ETAT CANADIEN	Nouvelles	25%	Nouvelles	24.5%	Aff.pub.	20%	Films	25%
	Comédie	11.5%	Comédie	11.5%	Nouvelles	19.5%	Nouvelles	14.5%
	Films	9.5%	Films	11%	Comédie	11%	Comédie	13%
			Aff.pub.	10%	Films	10%		
PRIVE CANADIEN	Sér.pol.	20%	Sér.pol.	26%	Nouvelles	23%	Films	31%
	Nouvelles	20%	Nouvelles	16%	Sér.pol.	21%	Sér.pol.	17%
	Films	15%	Films	14%	Films	18%	Comédie	12%
	Interview	10.5%	Comédie	10%	Comédie	10%	Aventure	10%
PRIVE AMERICAIN	Nouvelles	25%	Nouvelles	24%	Nouvelles	20%		
	Sér.pol.	22%	Sér.pol.	15%	Comédie	16%		
	Films	11.5%	Sports	14%	Films	14%		
			Films	12%	Sér.pol.	10%		
					Sér.dram.	10%		
					Variété	10%		

Comme on le voit au tableau 64 , les réseaux d'état et les réseaux canadiens ainsi que les réseaux privés américains sont assez constants, à quelques écarts près, pour 3 ou 4 marchés dans le type de catégories d'émissions qu'ils diffusent. Cela n'a rien d'étonnant puisqu'il s'agit des mêmes réseaux, dans chacune des régions. Par contre, le type de programmation à l'intérieur d'un marché varie considérablement selon qu'il soit offert par un réseau d'état (canadien) ou un réseau privé (canadien). En effet,les émissions d'information (nouvelles et émissions d'affaires publiques) les films et les comédies constituent l'élément de force des réseaux d'état canadiens. D'autre part, les réseaux privés canadiens, en plus d'offrir une certaine quantité de nouvelles, films et comédies, ajoutent dans la plupart des marchés une quantité substantielle de séries policières à leur programmation des "heures à grande écoute". Les 4 marchés accusent les mêmes tendances.

Les réseaux privés américains offrent une programmation semblable à celle des réseaux privés canadiens.

Le contenu canadien (automne 75)

Le tableau 65 présente les données sur la proportion de contenu canadien.

TABLEAU 65

Pourcentage de productions canadiennes selon les réseaux

Réseaux	Origine des productions		
	CAN	U.S.	AUTRE
MONTREAL			
Radio-Canada (d'état, français)	70%	23%	7%
CBC (d'état, anglais)	65%	24%	11%
TVA (privé, français)	59%	31%	10%
CTV (privé, anglais)	40%	59%	1%
TORONTO			
Radio-Canada (d'état, français)	67.5%	25%	7.5%
CBC (d'état, anglais)	66%	28%	6%
CTV (privé, anglais)	37%	60%	3%
IND. (privé, anglais)	38%	62%	0%
GLOBAL (privé, anglais)	39.5%	60.5%	0%
OTTAWA			
Radio-Canada (d'état, français)	75%	17.5%	7.5%
CBC (d'état, anglais)	67%	28%	5%
CTV (privé, anglais)	40.5%	54%	5.5%
TVA (privé, français)	61%	37%	2%
GLOBAL (privé, anglais)	41%	57%	2%
SUDBURY-TIMMINS-NORTH BAY			
Radio-Canada (d'état, français)	69%	23%	8%
CBC (d'état, anglais)	31%	65%	4%
CTV (privé, anglais)	31%	69%	0%

On doit se rappeler d'une part que les nouvelles (qui sont toujours des productions canadiennes) font partie de ces statistiques, et d'autre part que les réseaux américains sont exclus de cette partie de l'analyse quoique leur programmation soit très importante dans la région de Toronto. On constate que le pourcentage de productions canadiennes atteint 58.5% dans la région de Montréal, 57% dans la région d'Ottawa, 50% à Toronto et 43.6% dans la région de Sudbury-Timmins-North Bay. Le réseau d'état de langue française, Radio-Canada, est celui qui présente la plus grande proportion de contenu canadien pour les 4 marchés. CBC, réseau d'état de langue anglaise, se classe au second rang pour ce qui est du contenu canadien, sauf dans le cas du marché de Sudbury-Timmins-North Bay.

A l'exception du réseau privé de langue française TVA, tous les réseaux privés offrent en majorité des productions américaines à leurs téléspectateurs. Les réseaux CTV et GLOBAL sont les meilleurs exemples de cette pratique. Leurs pourcentages de productions canadiennes ne dépassent jamais 41% et ce pour tous les marchés où ils offrent une programmation télévisuelle.

Quant aux productions importées d'autres pays que les Etats-Unis, le marché de Montréal est le seul à offrir une programmation quelque peu variée comportant 7% d'importations

provenant de sources autres qu'américaines.

Il semble donc, au départ, qu'un téléspectateur vivant dans une région desservie par au moins un réseau d'état et un réseau privé de langue française a un plus grand choix non seulement de types de catégories et de productions canadiennes, mais également de productions étrangères autres qu'américaines.

Au printemps, les 4 mêmes catégories (nouvelles, séries policières, films et comédies) marquaient encore une nette avance dans la programmation des réseaux. Un changement s'était toutefois opéré dans leur ordre d'importance par rapport aux données de l'automne.

<u>Les nouvelles</u> (Printemps 76)

En moyenne 22% (unités/minutes) de la programmation pendant les heures à grande écoute est constituée de nouvelles dans les régions de Montréal, Toronto et Ottawa. La région de Sudbury-Timmins-North Bay fait encore exception comme à l'automne et seul le réseau Radio-Canada dans ce marché diffuse une quantité appréciable de nouvelles au cours des dites heures à grande écoute. (Voir les tableaux IV - X - XVI - XXII de l'appendice).

<u>Séries policières</u> (Printemps 76)

Les séries policières, qui se classaient au troisième rang à l'automne, passent au printemps, au deuxième rang des catégories pour la programmation des 4 marchés; on trouve dans la programmation une moyenne de 15% du genre policier.

Montréal et Toronto détiennent les plus hauts pourcentages chacune avec 16% et le plus faible est accordée à Sudbury (10%). (Voir les tableaux IV - X - XVI- XXII de l'appendice).

Comédies (Printemps 76)

Les comédies représentent 12% de la programmation des "heures à grande écoute" pour les 4 marchés; la région de Sudbury-Timmins-North Bay ayant le plus haut pourcentage avec 14% et la région de Toronto le plus bas avec 11%. (Voir les tableaux IV - X - XVI - XXII de l'appendice).

Les films (Printemps 76)

Les films suivent de près en quatrième place avec 11% de la programmation pour les 4 marchés. On remarque une baisse de 4% par rapport à l'automne. Il y a toutefois de grands écarts entre les marchés, du moins dans la région de Sudbury-Timmins-North Bay qui accorde 24% de son temps de diffusion aux films. Les 3 autres marchés, Montréal, Toronto et Ottawa accordent approximativement 9% de leur programmation à cette catégorie. (Voir les tableaux IV - X - XVI - XXII de l'appendice).

A première vue, le type de programmation offerte au printemps semble aussi homogène que celui qu'on offrait à l'automne pour au moins 3 des 4 marchés. Nous devons donc pousser plus loin notre analyse pour voir si cela reflète vraiment le contexte ou si d'autres variables pourraient intervenir.

Si seule la programmation de Sudbury- Timmins-North Bay semble se distinguer des autres marchés, nous remarquons que les facteurs économique, linguistique et culturel, peuvent aussi être un élément de différenciation entre les autres marchés. Ceci ne devrait pas surprendre cependant ceux qui ont déjà pris connaissance de l'analyse de chacun des marchés. Le tableau 66 présente en sommaire les différences qui existent entre les marchés. Comme nous l'avions fait pour les données de l'automne, nous n'avons conservé que les données des catégories principales , question de simplifier la présentation.

Langue de diffusion (Printemps 76)

Voici les catégories qui dominaient pour les quatre marchés, selon la langue de la diffusion.

TABLEAU 66

Pourcentage d'unités/minutes selon la langue de diffusion

MARCHES / Langue de diffusion	MONTREAL		TORONTO		OTTAWA		SUDBURY-TIMMINS-NORTH BAY	
FRANCAIS	Nouvelles	25%	Nouvelles	30%	Nouvelles	20%	Nouvelles	30%
	Films	17.5%	Films	19%	Films	18.5%	Films	13%
	Interview	10%	Aff. pub.	14%	Aff. pub.	15%		
					interview	10%		
ANGLAIS	Comédie	20%	Sér. pol.	20%	Nouvelles	22%	Films	29%
	Nouvelles	20%	Nouvelles	17%	Sér. pol.	19%	Comédie	17.5%
	Sér. pol.	18.5%	Comédie	13%	Comédie	15%	Sér. pol.	12%
Americain	Nouvelles	25%	Nouvelles	24%	Nouvelles	20%		
	Sér. pol.	24.5%	Sér. pol.	15%	Sér. pol.	19%		
	Comédie	11%	Sports	12%	Comédie	16%		
			Films	11%	Films	10%		
			Comédie	10%				

Ce tableau démontre clairement les divergences ayant trait à la langue de diffusion. Selon que les téléspectateurs soient fidèles au réseau de langue française ou au réseau de langue anglaise, il est fort probable qu'ils consommeront des types très différents de programmation. Les réseaux de langue française se caractérisent par la diffusion d'une grande quantité d'émissions d'information (i.e. nouvelles et affaires publiques) et de films et ce pour les quatre marchés. D'autre part, les réseaux de langue anglaise qui offrent également une quantité appréciable de nouvelles, mais dans une moins large mesure que les réseaux de langue française, se caractérisent surtout par la présentation des séries policières et des comédies. En ce qui concerne les 4 marchés que nous venons d'étudier, les réseaux de langue anglaise accordent une grande part de leur programmation aux heures à grande écoute aux séries policières dans la région de Toronto et aux comédies dans celle de Montréal.

Les réseaux américains offrent des profils très semblables à ceux des réseaux anglais (ou vice versa) bien qu'ils présentent également une quantité plus grande de films.

Il est intéressant de noter à quel point la langue de diffusion peut avoir de l'importance quant à ce qui est offert aux téléspectateurs. Cela dépend toutefois des composantes ethnolinguistiques des marchés. Il serait utopique

de croire, par exemple, que la programmation de langue française puisse être une alternative dans un marché comme celui de Toronto où très peu de téléspectateurs comprennent le français. Par contre, d'après les données du recensement, les téléspectateurs de la région d'Ottawa ont d'avantage la possibilité d'un choix basé sur la langue.

Il faut tenir compte d'un autre facteur, soit le nombre relativement peu élevé de réseaux pour les différents marchés. Bien que nous fassions la distinction entre les réseaux de langue anglaise et les réseaux américains, on pourrait très bien les associer, particulièrement si on tient compte des similarités dans leurs programmations. Pour un marché comme celui d'Ottawa, on parle donc de 4 réseaux de langue anglaise contre 2 réseaux de langue française. A moins que les téléspectateurs ne soient très ancrés dans l'option pour leur langue et leur culture, il y a de fortes chances qu'ils bifurquent vers la programmation de langue anglaise.

Ce genre d'implication sera encore plus évident lorsque nous ferons l'étude de ce que les téléspectateurs regardent.

Le facteur économique (Printemps 76)

TABLEAU 67

Pourcentage d'unité/minutes selon le régime des réseaux

MARCHES Régime	MONTREAL		TORONTO		OTTAWA		SUDBURY-TIMMINS-NORTH BAY	
D'ETAT CANADIEN	Nouvelles	25%	Nouvelles	25%	Aff. pub.	21.5%	Films	21%
	Comédie	15.5%	Comédie	12%	Nouvelles	20%	Nouvelles	15%
	Aff.pub.	10%	Aff. pub.	12%	Comédie	10.5%	Comédie	11%
			Films	10%				
PRIVE CANADIEN	Sér. pol.	20.5%	Sér. pol.	25%	Nouvelles	22%	Films	29%
	Nouvelles	20%	Nouvelles	16%	Sér. pol.	20%	Sér. pol.	19%
	Films	12.5%	Comédie	11%	Films	11.5%	Comédie	19%
	Interview	10%			Comédie	11%	Aventure	11%
PRIVE AMERICAIN	Nouvelles	25%	Nouvelles	24%	Nouvelles	20%		
	Sér. pol.	24.5%	Sér.pol.	15%	Sér. pol.	19%		
	Comédie	11%	Sports	12%	Comédie	16%		
			Films	11%	Films	10%		
			Comédie	10%				

Dans l'ensemble, les réseaux offrent des profils de programmation assez semblables quant aux catégories qu'ils diffusent aux quatre marchés. Le type d'émissions que chaque réseau (d'état canadien, privé canadien et américain) offre, est à peu près semblable d'un marché à l'autre. Il y a toutefois certains écarts dans les pourcentages des catégories.

Les réseaux d'état canadiens choisissent de présenter surtout des émissions d'information (nouvelles et affaires publiques) et des comédies à leurs téléspectateurs. Les réseaux privés canadiens, d'autre part, choisissent de présenter en plus des nouvelles, des séries policières et celles-ci en plus grande quantité que leurs voisins du sud.

Les comédies et les films constituent également, mais dans une moins large mesure, une part importante de leur programmation. Les réseaux américains offrent le même type de programmation.

Ainsi, si nous faisons exception des nouvelles, les téléspectateurs ont dans l'ensemble le choix entre une programmation de violence aux réseaux privés canadiens ou américains et des comédies aux réseaux d'état. Laquelle choisissent-ils? Préfèrent-ils d'autres types d'émissions? Nous tenterons de répondre à ces questions dans la deuxième partie de notre sommaire.

TABLEAU 68

Pourcentage de productions canadiennes selon les réseaux

RESEAUX	ORIGINE DES PRODUCTIONS		
	CAN	U.S.	AUTRE
MONTREAL			
Radio-Canada (d'état, francais)	78%	12%	10%
CBC (d'état, anglais)	63%	32%	5%
TVA (privé, francais)	61%	29%	10%
CTV (privé, anglais)	44%	55%	1%
TORONTO			
Radio-Canada (d'état, francais)	72.5%	15%	12.5%
CBC (d'état, anglais)	66.5%	28.5%	5%
CTV (privé, anglais)	47.5%	50.5%	2%
IND. (privé, anglais)	39.5%	60.5%	0%
GLOBAL (privé, anglais)	49%	50%	1%
OTTAWA			
Radio-Canada (d'état, francais)	84%	6%	10%
CBC (d'état, anglais)	70%	23%	7%
CTV (privé, anglais)	42%	51%	7%
TVA (privé, francais)	63%	30%	7%
GLOBAL (privé, anglais)	50%	49%	1%
SUDBURY-TIMMINS-NORTH BAY			
Radio-Canada (d'état, francais)	78%	13%	9%
CBC (d'état, anglais)	32%	64%	4%
CTV (privé , anglais)	23%	77%	0%

Tout en tenant compte du fait que les émissions de nouvelles font partie de ces statistiques et que les réseaux américains en sont exclus (même si ces derniers sont particulièrement importants pour le marché de Toronto), nos données démontrent que le plus haut pourcentage de productions canadiennes est dans les régions d'Ottawa et de MOntréal (62%) et le plus bas, dans la région de Sudbury-Timmins-North bay (44%). Le réseau de langue française, Radio-Canada, est de nouveau le détenteur du plus fort pourcentage de contenu canadien pour les 4 marchés. Si on fait exception de la région de Sudbury-Timmins-North Bay, on constate que les réseaux d'état de langue française et anglaise offrent la plus grande proportion de productions canadiennes. Le seul réseau privé qui ait une politique semblable est le réseau de langue française TVA qui diffuse en majorité des productions canadiennes (plus de 60%) vers les marchés de Montréal et d'Ottawa. Le réseau privé de langue anglaise Global atteint presque 50% de contenu canadien en grande partie à cause de ses émissions de nouvelles et de sport. CTV offre une majorité de productions américaines quoique le pourcentage varie selon le marché. Le réseau privé indépendant de langue anglaise CHCH offre une quantité substantielle de productions américaines.

Enfin, il semble, d'après cette étude, que les marchés où l'on retrouve un groupe appréciable de culture française auront non seulement un plus fort pourcentage de productions canadiennes mais encore un plus grand nombre de productions importées de pays différents.

2ème PARTIE: LES PREFERENCES DES AUDITOIRES

Une analyse de la programmation télévisuelle en termes des émissions les plus importantes diffusées par les réseaux ne serait complète sans une étude des préférences des téléspectateurs, ceci dans le but de vérifier s'il existe une corrélation entre les deux. Quelles sont les ressemblances et les divergences entre ces deux aspects de la programmation (i.e. qu'est-ce que l'on offre et qu'est-ce que l'on regarde?)

Dans cette partie de notre étude, nous ne faisons état que des données du printemps. Les problèmes méthodologiques auxquels BBM a dû faire face pour compiler ses données en vue du rapport spécial d'automne en sont la principale raison. En effet, ce serait là des fondements peu solides pour établir notre étude comparative des marchés. Et cela, surtout à cause de l'absence des données en ce qui concerne la région de Sudbury-Timmins-North Bay pour la période d'automne. Nous conserverons toutefois la distinction entre l'auditoire du territoire total et celui de la région centrale pour les données du printemps, puisque des différences ont été perçues dans le cas de certains marchés. Nous tenterons, tout au long de notre présentation de faire de façon systématique la comparaison entre ce qu'on a offert aux téléspectateurs et ce qu'on a regardé.

Que préfèrent les téléspectateurs montréalais?

Région centrale (Printemps 76)

D'après les 30 émissions les plus regardées par les téléspectateurs de la région centrale de Montréal au printemps, on peut dire que malgré les 6 réseaux qui diffusent vers ce marché, seulement 2 des réseaux, ceux de langue française, diffusent des émissions qui figurent sur la liste des émissions préférées. Le réseau le plus important pour ce marché est TVA qui, à lui seul, diffuse 20 des 30 émissions les plus populaires.

Les Montréalais ont manifesté leurs préférences pour plus de 15 types d'émissions distinctes,ce qui s'avère le choix le plus varié de tous les marchés. Ceci se compare aux 9 catégories distinctes d'émissions que nous avions trouvées à la compilation des listes des catégories principales diffusées par tous les réseaux de cette région. En termes de pourcentage/minutes, on trouve également deux catégories d'émissions (films 21%, interviews 19%) qui sont offertes régulièrement et qui sont très regardées. Les téléspectateurs choisissent également des émissions de nouvelles, d'affaires publiques et des séries policières, cependant on constate que les réseaux en offrent beaucoup plus que l'auditoire en demande. (Voir les tableaux 11 et 12).

D'autres émissions telles que les comédies, séries

dramatiques à sujet médical, émissions de musique, télé-romans, aventures, dessins animés, jeux, séries dramatiques ainsi que les émissions classées "autre", demeurent très en demande par les téléspectateurs quoiqu'elles soient offertes moins souvent par les réseaux en question (i.e. R.C. et TVA). Ainsi, bien que les téléspectateurs montréalais préfèrent regarder certaines émissions offertes fréquemment, ils expriment également des préférences marquées pour d'autres types de programmation. On n'a qu'à consulter la liste des 10 émissions les plus regardées pour se rendre compte que les téléromans et les comédies qui ne constituent qu'un faible pourcentage du temps de diffusion des heures à grande écoute, sont d'autre part les divertissements les plus prisés par les téléspectateurs montréalais.

On peut également remarquer que la majorité des émissions les plus regardées sont des productions canadiennes (24 des 30 émissions). Cela ne fait que confirmer le fait que l'on retrouve à Montréal le plus haut pourcentage de productions canadiennes. Nous devons préciser que le marché de Montréal est le seul, parmi ceux que nous avons étudiés, où les téléspectateurs ont exprimé une aussi forte préférence pour les productions canadiennes. Nous étudierons ce phénomène en détails dans la section 2.

<u>Territoire total de diffusion</u> (Printemps 76)

On trouve à Montréal pour le territoire total de diffusion, un profil de choix assez semblable à celui de

l'auditoire de la région centrale. Les 30 émissions les plus regardées n'étaient encore une fois diffusées que par les réseaux de langue française. Le réseau privé TVA maintenait encore une fois la plus forte avance avec 20 des 30 émissions de la liste. On remarque également que la grande majorité des émissions préférées (23 des 30 émissions) par la population de la région centrale étaient des productions canadiennes, comme c'était le cas pour le territoire total de diffusion. L'auditoire maintient encore une fois sa préférence pour les catégories d'émissions interviews et films qui constituent une part importante de la programmation offerte. La diversité des préférences est toujours présente pour l'auditoire du territoire total de diffusion. En effet, 14 catégories d'émissions de leur choix figurent sur la liste des 30 émissions les plus regardées. Comme nous l'avons mentionné plus haut, si on compare cela aux 9 catégories principales offertes par tous les réseaux, on trouve encore que les téléspectateurs sont très sélectifs et choisissent des émissions qui ne font pas nécessairement partie des principales catégories offertes. (Voir les tableaux 13 et 14).

Enfin, si on analyse les données sur les choix exprimés par les groupes selon le sexe, on constate que les hommes et les femmes de la région de Montréal partagent 7 des 10 émissions les plus regardées. Les femmes ont choisi uniquement des productions canadiennes (10 des 10 émissions) alors que les hommes ont choisi des émissions canadiennes dans le cas de 8 des 10 émissions les plus regardées. (Voir tableau 15).

On ne trouve que peu de ressemblance entre les groupes d'adultes, d'adolescents et d'enfants, quant à leurs choix d'émissions (3 des 10 émissions). Si on ne compare que les enfants et les adolescents, on remarque que ceux-ci manifestent plus de choix communs avec 8 des 10 émissions. Les enfants choisissent 7 productions canadiennes sur 10, les adolescents 8 sur 10 et les adultes 10 productions canadiennes sur 10. L'un des aspects les plus intéressants qu'on peut remarquer tient du fait que les adolescents (7 des 10 émissions) et les enfants (8 des 10 émissions) choisissent leurs émissions surtout au réseau d'état de langue française, alors que les adultes choisissent les leurs au réseau privé de langue française (7 des 10 émissions). (Voir le tableau 16).

Le marché de Montréal s'avère donc différent des autres. En effet, les productions américaines n'arrivent pas à faire concurrence aux productions canadiennes ou plutôt québécoises de type téléromans et comédies que son auditoire préfère, même en tenant compte du fait que les émissions obtiennent une certaine faveur quand elles sont traduites et diffusées en langue française.

Ces données éloquentes nous donnent à penser que la culture s'avère un facteur important dans la programmation de la région de Montréal, bien que ce ne soit pourtant pas le cas pour les autres marchés.

Que regardent les téléspectateurs torontois?

Région centrale (Printemps 76)

Si on considère les 30 émissions les plus regardées dans la région centrale de Toronto au printemps, 6 des 8 réseaux importants de ce marché, tous de langue anglaise, diffusent des émissions qui figurent sur cette liste. Aussi étonnant que cela puisse paraître, c'est un réseau américain (WKBW) qui détient le plus grand nombre d'émissions (11 des 30 émissions) sur cette liste. L'un des phénomènes intéressants du marché de Toronto réside dans le fait que certaines émissions soient diffusées simultanément par un réseau canadien et un réseau américain. En tenant compte de cela, on constate que les Torontois choisissent parmi les 30 émissions les plus regardées, 11 émissions diffusées par les réseaux canadiens, 10 émissions diffusées par les réseaux canadiens et américains. Cela signifie que non seulement les téléspectateurs torontois rejettent le contenu canadien, comme nous le verrons plus tard, mais encore que dans bien des cas, ils préfèrent les réseaux américains aux réseaux canadiens même si la programmation est semblable.

Bien qu'il y ait plus de réseau pour le marché de Toronto (N=8) que pour le marché de Montréal (N=6), le nombre de catégories d'émissions offertes à Toronto est plus faible (8 catégories). Les téléspectateurs n'accordent leurs préférences qu'à 10 catégories, par rapport à d'autres marchés comme celui de Montréal où la sélection est de 15 catégories.

Si on étudie les catégories d'émissions, on constate qu'il y a un certain écart entre ce qui est choisi et ce qui est offert. En effet, les catégories les plus regardées en termes d'unités/minutes sont les émissions de variété (19%) sports (15%) et les séries dramatiques (12%). Et pourtant ces trois catégories ont une fréquence de diffusion assez faible dans les horaires des réseaux. D'autres catégories importantes telles les comédies (14%), séries policières (13%) et les films (12%) obtiennent un succès proportionnel à leur fréquence de diffusion. On peut dire que les productions américaines obtiennent de façon très nette la faveur du public (5 des 30 émissions seulement sont canadiennes). (Voir tableaux 27 et 28).

Territoire total de diffusion (Printemps 76)

Comme nous l'avons vu pour le marché de Montréal, on ne trouve que peu de divergences entre les préférences de l'auditoire de la région centrale et celles de l'auditoire du territoire total de diffusion. C'est un réseau américain (WKBW) qui domine encore la liste et la plupart des émissions sont américaines (27 des 30 émissions), qu'elles soient offertes par des réseaux américains ou canadiens.

On trouve en tout 10 catégories qui se classent à peu près de la même manière que pour la région centrale. (Voir tableaux 29 et 30).

Les téléspectateurs torontois, exception faite des sports et des émissions spéciales, préfèrent non seulement la programmation et le contenu américain, mais encore ils ont de plus en plus tendance à regarder ces émissions aux réseaux

américains. Il est difficile d'évaluer le rôle de la violence dans cette liste des 30 émissions les plus regardées. On peut dire toutefois que les séries policières, dont le contenu de violence est très évident, sont choisies en aussi grande proportion qu'elles sont offertes. Si on ne tient pas compte des émissions de nouvelles qui figurent sur la liste, la plupart des réseaux du marché de Toronto accordent aux séries policières le plus fort pourcentage de temps de diffusion. D'autre part, on constate que les téléspectateurs de Toronto aiment également les émissions de variété, séries dramatiques et les sports, lesquelles n'occupent pourtant pas une part aussi importante de la programmation.

On trouve moins d'affinités entre les choix des hommes et des femmes dans le marché de Toronto que dans le marché de Montréal.

Ces deux groupes, les hommes et les femmes partagent 5 des 10 émissions les plus regardées. Contrairement à ce que nous avons observé dans le marché de Montréal, les téléspectateurs ne choisissent pratiquement pas de productions canadiennes (hommes 1 production canadienne) ; (femmes aucune production canadienne).

Analysant nos données en termes de groupes d'âge on trouve que les 3 groupes choisissent en commun 3 émissions; les adolescents et les enfants par contre en ont 6 en commun; on ne trouve pratiquement pas de productions canadiennes sur

ces listes. (Voir le tableau[32]).

Que regardent les téléspectateurs de la région d'Ottawa

Comme nous l'avons déjà dit, les téléspectateurs de la région d'Ottawa ont à leur disposition 6 réseaux principaux. Chacun des réseaux diffuse au moins une émission figurant sur la liste des émissions les plus regardées. En ce qui concerne la région centrale, 2 réseaux privés et un réseau d'état (tous deux de langue anglaise) se divisent, au printemps, le marché en parts plus ou moins égales. Le marché d'Ottawa est d'ailleurs, après celui de Sudbury-Timmins-North Bay, celui où le réseau d'état de langue anglaise offre la plus forte concurrence aux autres réseaux. Il nous semble que dans ce marché (Ottawa), les réseaux américains, du fait qu'ils ne peuvent disposer que d'un seul canal pour diffuser, aient fait moins d'incursions et soient une moins grande menace pour les autres réseaux canadiens qu'ils ne le sont par exemple dans le marché de Toronto. On ne trouve que rarement dans ce marché, des émissions offertes simultanément par des réseaux canadiens et américains.

En ce qui concerne les catégories principales d'émissions, nous avons trouvé 7 catégories distinctes offertes par les réseaux. Les téléspectateurs expriment d'autre part leur préférence pour 7 catégories différentes d'émissions. Ceci à première vue pourrait paraître étonnant puisque le marché d'Ottawa dispose des mêmes "types" de réseaux que le marché de Montréal où l'on trouvait 15 catégories différentes d'émissions choisies par les téléspectateurs. Cela peut s'expliquer cependant par le

fait que seulement deux émissions des réseaux de langue française figurent sur la liste des trente émissions les plus regardées alors que les trente émissions choisies à Montréal étaient diffusées par ces réseaux.

Ottawa révèle un plus grand écart que Toronto entre ce qui est choisi et ce qui est offert. La catégorie série policière est la seule (18%) à être choisie dans la même mesure où elle est offerte. D'autres catégories telles les comédies (31%), films (18%) et les émissions de variété (14%) sont beaucoup plus en demande que pourrait le laisser croire le pourcentage de temps de programmation que les réseaux veulent bien leur accorder. Les comédies en sont le meilleur exemple. Si on étudie bien la région d'Ottawa, on se rend à l'évidence que cette catégorie, bien qu'elle ne constitue que 12% du temps de diffusion, représente tout de même 31% de ce qui est le plus regardé. Ce qui signifie que quatorze des trente émissions les plus regardées sont de ce type. Nous pouvons donc conclure que les réseaux, dans la région d'Ottawa, sous-estiment la popularité de certaines catégories d'émissions auprès des téléspectateurs.

On constate la même absence de contenu canadien pour la région d'Ottawa que pour celle de Toronto. En effet, les productions américaines sont prépondérantes (26 des 30 émissions). Voir les tableaux 43 et44).

Territoire total de diffusion (printemps'76)

Des quatre marchés, celui d'Ottawa est le seul où l'on trouve une grande divergence entre le territoire total de diffusion et la région centrale quant aux préférences de l'auditoire. Bien que nous ayons été avertis par BBM que de tels écarts fussent fréquents pour les petits marchés, nous ne pouvons donner d'explication satisfaisante, d'autant plus que nous n'avons pas trouvé un semblable écart pour la région de Sudbury-Timmins-North Bay.

La liste du territoire total de diffusion démontre d'abord la prédominance du marché par deux réseaux, CTV avec 23 des 30 émissions et CBC avec sept émissions.

On peut expliquer l'absence de Global en partie, compte tenu du fait que plusieurs émissions de CKGN (dont Adam 12 et Odd Couple) ne figurent dans le rapport de BBM, que pour la région centrale et non pour le territoire total de diffusion. En éliminant ces émissions, CJOH arrive donc à placer un plus grand nombre de ses émissions de nouvelles dans la liste des préférées; lesquelles émissions de nouvelles n'arrivaient pas à se placer parmi les trente premières pour la région centrale.

Cela change non seulement la distribution pour les réseaux, mais également la proportion de contenu canadien. On constate maintenant que neuf des trente émissions sont des productions canadiennes.

On remarque également une augmentation du nombre de catégories d'émissions (N=9) choisies par les téléspectateurs par rapport aux données de la région centrale. Bien que les comédies soient encore les plus regardées (23%) en termes d'unités/minutes, leur pourcentage diminue pour laisser la place à de nouvelles catégories telles les nouvelles télévisées, les émissions de jeu et les émissions de musique. Les autres catégories conservent à peu près les mêmes positions que celles dont il a été question pour la région centrale.

En ce qui concerne les groupes selon le sexe, les hommes et les femmes partagent quatre des dix émissions qui figurent sur la liste des préférées. Deux des dix émissions de la liste des femmes et cinq des dix émissions de la liste des hommes sont des productions canadiennes.

Ce nombre "impressionnant" de productions canadiennes est le plus fort que nous ayons trouvé pour tous les marchés autres que celui de Montréal.

En ce qui concerne les groupes selon l'âge, les adultes, adolescents et enfants partagent quatre des dix émissions préférées. Il semble donc qu'il y ait un meilleur consensus entre les groupes selon l'âge dans la région d'Ottawa. Les adultes et les adolescents partagent six émissions, les adolescents et les enfants en ont également six en commun. (Voir tableau 48).

Le plus grand écart entre ces groupes est créé par la présence des émissions de nouvelles sur la liste des adultes (N=4). Cela explique également le fait que cinq des dix émissions de la liste des adultes soient des productions canadiennes. D'autre part, les adolescents et les enfants choisissent surtout des productions américaines (neuf des dix émissions).

En résumé, on découvre un profil différent selon qu'on étudie la région centrale d'Ottawa ou son territoire total de diffusion. On remarque un profil beaucoup plus canadien pour cette dernière région. Si toutefois on compare dans l'ensemble les différents marchés entre eux, le marché d'Ottawa serait probablement beaucoup plus près de celui de Toronto que de celui de Montréal pour ce qui est de son profil de programmation.

Que regardent les téléspectateurs de la région de Sudbury-Timmins-North Bay

Région centrale: (printemps'76)

Bien que l'on trouve trois réseaux dans cette région, il s'agit en fait d'un marché à deux réseaux (i.e. CTV et CBC). Le réseau de langue française, Radio-Canada, ne fait pas de concurrence bien qu'il y ait une grande population d'origine française dans la région de Timmins. Les deux autres réseaux obtiennent presque toute la faveur populaire. Il est intéressant

de noter que c'est dans ce marché que le réseau d'état CBC se différencie le plus quant à ses catégories d'émissions par rapport aux autres régions. On remarque également que c'est dans ce marché que CBC obtient la plus grande part de l'auditoire. En effet, seize des trente émissions les plus regardées sont diffusées par son intermédiaire. On doit toutefois tenir compte du fait qu'aucun réseau américain ne diffuse dans cette région. C'est un facteur à ne pas sous-estimer.

Bien que ce soit un petit marché n'ayant que deux réseaux qui n'ont à leur crédit que cinq catégories d'émissions principales, il est étonnant de constater que les téléspectateurs choisissent neuf catégories d'émissions distinctes parmi les trente émissions les plus regardées. Cela ne peut que surprendre si on compare ce marché à celui de Toronto qui dispose de presque trois fois plus de réseaux. (Voir les tableaux 57 et 58). Cela démontre clairement et à plusieurs égards notre argument, à savoir qu'un grand nombre de réseaux n'assure pas nécessairement une plus grande variété d'émissions offertes d'une part, et d'autre part, une plus grande variété d'émissions choisies par les téléspectateurs. On trouve un certain rapport entre la fréquence de diffusion et le choix des téléspectateurs pour des catégories comme les films, les comédies et les émissions d'aventure, de même que pour un éventail d'émissions diffusées moins fréquemment. Il s'agit des catégories variété, documentaire, émissions de jeu, séries policières et les émissions classées "autres". On remarque également l'absence des émissions de nouvelles et le faible pourcentage de séries policières choi-

sies alors que nous avons démontré que cette catégorie compte parmi les catégories principales les plus importantes pour au moins deux réseaux. Le marché de Sudbury ressemble au marché d'Ottawa et de Toronto par la prédominance des productions américaines (24 des 30 émissions) sur la liste des émissions préférées. Il est intéressant de noter que les émissions canadiennes de la liste ne sont ni des émissions de nouvelles, ni des émissions de sport, comme c'était le cas pour les autres marchés anglophones, mais plutôt des émissions canadiennes de variété, des émissions de jeu et musique.

Territoire total de diffusion (printemps'76)

Les données sur l'auditoire du territoire total de diffusion semblent être presqu'une copie conforme des données sur l'auditoire de la région centrale de Sudbury-Timmins-North Bay. (Voir les tableaux 58 et 59).

On trouve sur la liste des trente émissions les plus regardées neuf catégories distinctes qui s'avèrent les mêmes. Elles sont en général classées dans le même ordre et une fois encore, vingt-quatre des trente émissions sont des productions américaines. Le seul petit changement tient du fait que le réseau privé CTV prend une légère avance (17 des 30 émissions) sur le réseau d'état CBC.

En ce qui concerne les groupes selon le sexe, les femmes et les hommes de la région Sudbury-Timmins-North Bay

partagent six de leurs dix émissions les plus regardées (surtout des comédies). Trois des dix émissions sont des productions canadiennes et ce pour les deux groupes. (Voir le tableau 6I).

En ce qui concerne les groupes selon l'âge, on ne trouve que deux émissions communes aux adultes, adolescents et enfants. Quatre des dix émissions de la liste des adultes, aucune émission de la liste des adolescents et une seule émission de la liste des enfants sont des productions canadiennes. (Voir le tableau 62).

Somme toute, on s'aperçoit que le facteur économique (réseau d'état versus réseau privé) ne joue pas un rôle aussi important pour ce marché que pour les autres. Pour ce qui est de l'origine du contenu, on voit que le marché de Sudbury-Timmins-North Bay est le seul des trois marchés anglophones où les téléspectateurs choisissent des émissions canadiennes autres que les émissions spéciales, les nouvelles ou les reportages sportifs. Enfin, il semble bien évident que la diversité des préférences exprimées ne dépend pas du nombre de réseaux.

En résumé, il semble donc que les facteurs culturel et linguistique modèlent les différents profils télévisuels. Dans le marché de Montréal, par exemple, il est possible d'atteindre une part importante de la population avec des émissions très populaires, à contenu culturel pertinent et produites à un coût relativement peu élevé. Le réseau privé de langue française TVA, l'un des plus rentables au Canada, démontre bien cette possibilité,en produisant un certain nombre de téléromans et de

comédies avec des budgets modérés, productions dans lesquelles on peut le mieux exploiter les thèmes culturels. Le réseau d'état de langue française, Radio-Canada, conserve aussi en partie cette approche.

D'autre part, les réseaux de langue anglaise, de pratiquement tous les marchés, ayant choisi d'offrir plutôt des émissions de types série policière/aventure, se sont imposés une politique d'importation des productions américaines, étant donné le coût élevé des productions du genre. Il en résulte donc une plus grande proportion d'émissions à contenu de violence aux réseaux de langue anglaise. Et là encore, bien qu'une telle programmation soit très populaire dans certains marchés, l'offre est souvent plus grande que la demande.

Enfin, il y a une autre distinction importante entre les marchés différents au point de vue culturel. Les réseaux de langue française importent un plus grand nombre d'émissions de pays autres que les Etats-Unis, alors que les réseaux de langue anglaise, au contraire, importent moins d'émissions étrangères non américaines.

SECTION II

SECTION II

Analyse d'épisodes de téléromans de langue française

Cette section comporte une analyse de contenu d'un certain nombre d'épisodes de téléromans diffusés par la télévision française. Notre choix d'émissions s'est arrêté sur les téléromans québécois qui nous paraissaient d'une part les plus représentatifs de la programmation télévisuelle et d'autre part les plus regardés par les téléspectateurs de Montréal. Cette section sur les téléromans québécois ne prétend pas être une étude ou une analyse en profondeur des images et messages transmis par le contenu de ces émissions, mais plutôt un aperçu général de certains thèmes sociaux véhiculés par ces mêmes téléromans au sein de la communauté québécoise. Ces principaux thèmes sont: la famille, l'amitié, l'amour, la sexualité, le travail, le rôle de la femme.

Sans aucun doute, le téléroman est un phénomène unique au Québec, datant des débuts mêmes de la programmation télévisuelle. Non seulement ce genre d'émissions était en vogue dans les débuts de la télévision, mais a toujours captivé un auditoire très nombreux.

On a déjà procédé à un certain nombre d'études mineures sur le contenu du téléroman au cours des récentes années, mais on a effectué en profondeur qu'une seule étude sur les principaux thèmes de ces séries. Line Ross [1], dans

---

1 Line Ross. "Les représentations du social dans les téléromans québécois". communication et information, numéro 3, automne 76. Page 228-229

Line Ross et Hélène Tardif. "Les valeurs dans le téléroman québécois" Laboratoire de recherches sociologiques. Université Laval, Québec. Janvier 1975.

son étude sur le téléroman de 1960 à 1971, a livré un nombre d'observations pertinentes à propos des réalités et des valeurs transmises dans ce type d'émissions. Si l'échantillonnage d'émissions qu'elle a étudié ne correspond pas à la période 1975-1976 du téléroman, qui s'avère l'objet de notre recherche, néanmoins il y a là un certain nombre de thèmes qui peuvent nous servir. En guise d'introduction à ce chapitre, nous allons donc citer brièvement certaines observations que Line Ross a mentionnées:

> "Que cela soit voulu ou non par leurs auteurs, les téléromans nous transmettent donc sous des dehors de description réaliste de la vie quotidienne de divers milieux sociaux une vision de la société très conservatrice et apte à renforcer l'idéologie dominante.
>
> "Il serait injuste d'affirmer que tous les téléromans sont sans valeur - certains sont fort bien écrits et mis en scène; il le serait également de prétendre que l'univers qu'ils nous présentent ne correspond en rien à celui de leurs téléspectateurs. Malgré un nombre exagéré de catastrophes, de solutions-miracles, de coincidences exagérées, les téléromans traduisent une réalité. Ils ne sont pas un miroir des structures sociales mais ils reflètent sans doute la société telle qu'elle est vécue par bien des citoyens. De la vie quotidienne, ils reproduisent la banalité, le rythme lent, les conversations anodines, la centralité des relations primaires. Surtout si on les compare à d'autres contenus de fiction, qui ne dépeignent qu'héroïsme, aventure, violence, exotisme, on doit reconnaître qu'ils sont relativement proches de la vie de leur public. Là sans doute réside la clé de leur succès et, également de leur influence. On ne peut déduire directement d'un contenu ses fonctions ni ses effets, mais on peut supposer que la vision édulcorée des rapports sociaux et des situations sociales, le privilège accordé à la tradition et au conservatisme, l'interprétation privatisante des problèmes collectifs qui caractérisent les téléromans emportent d'autant plus l'adhésion des téléspectateurs qu'ils sont proposés à travers des intrigues apparemment réalistes, "pseudo-réalistes". Communication et Information (pp 228-229) #3,I976.

METHODE

Les téléromans que nous avons retenus pour fins d'étude et ce, dans le cadre de la programmation française de Radio-Canada et TVA, se rangent parmi les 10 émissions les plus populaires au Québec. Au total, ces émissions rejoignent approximativement entre 698,800 et *1,423,800 téléspectateurs par semaine dans la région métropolitaine de Montréal. Cet auditoire circonscrit un vaste éventail de la société comptant hommes, femmes et enfants de tous âges. Contrairement aux téléromans d'expression anglaise diffusés dans l'après-midi, tous les téléromans québécois sont diffusés en soirée. De plus, ils sont produits au Québec et plus spécifiquement à Montréal. Ainsi, ils reflètent sensiblement les caractéristiques locales.

Les téléromans que nous avons analysés sont les suivants:

Rue des Pignons
Les Berger
La P'tite Semaine
Y'a pas de Problème
Symphorien
Avec le Temps
Quelle Famille

Notre échantillonnage comprend donc un épisode de 30 minutes de chaque série. Sauf dans deux cas, tous

* Rapport BBM pour le printemps 76 (Territoire total de diffusion)

les téléromans étudiés furent diffusés durant la même semaine (4 oct. au 10 oct.) à l'automne 76. Deux épisodes proviennent cependant de la programmation du printemps 76 dont celui de "Quelle famille" parce qu'on avait interrompu cette série, et celui de la série "Avec le temps" parce que c'était le seul épisode disponible.

Afin de mieux cerner le sujet de recherche, une définition du téléroman d'impose. A cet effet, on pourrait choisir celle que Line Ross a utilisée dans son étude, c'est-à-dire:

> "Un téléroman est une émission de télévision à caractère fictif comportant une série d'épisodes en continuité les uns avec les autres et diffusés à périodicité fixe (habituellement hebdomadaire) racontant une ou des histoires traitées dans un style réaliste."

Au sens pur de la définition, cinq des sept émissions choisies seraient classées comme comédie ou drame, parce qu'elles offrent les caractéristiques mentionnées plus haut, mise à part la continuité. Mais compte tenu de l'utilisation de l'étiquette "téléroman" pour ces séries, de la part de l'industrie et du public, nous conserverons donc cette appellation.

Notre analyse se divise en deux parties: la première A) décrit chaque épisode du téléroman relativement aux éléments principaux de l'émission.

1. Lieux physiques
2. Principaux personnages
3. Relations interpersonnelles
4. Types de conflits qui surviennent et résolutions
5. Messages fondamentaux

La deuxième B) présente sous forme de sommaire une vision du monde particulier décrit dans les téléromans.

Il faut prendre en considération que nous travaillons avec un échantillonnage très limité et que dans un épisode, on ne peut tenir compte de tous les personnages et événements qui forment le contexte habituel de l'ensemble des émissions. La présentation de nos résultats s'avère donc plus qualitative que quantitative.

Pour bien comprendre le contexte général de chacun des sept téléromans et afin de mieux cerner l'évolution de ceux-ci, nous présentons un petit résumé provenant du personnel préposé à la promotion des réseaux de Radio-Canada et TVA. Suivra un sommaire de l'épisode étudié [1] et une analyse des différents éléments de l'émission dont il a été question.

---

1. Taille de l'auditoire évalué pour chaque épisode, selon un rapport de BBM sur le territoire commun de diffusion, printemps 76.

PARTIE A - ANALYSE D'EPISODES INDIVIDUELS EXTRAITS DES TELEROMANS

RUE DES PIGNONS:

(Radio-Canada) - diffusé à 21 heures, le mardi

30 minutes

Taille de l'auditoire: 1,153,800 personnes.

ANALYSE DE LA SERIE:

"Comme on l'a dit de la Place Pigalle, Rue des Pignons c'est une rue, c'est une place, c'est même tout un quartier". Aux tout début, c'était surtout un quartier défavorisé. C'était un coin de la ville où les gens tiraient le diable par la queue, l'un de ces quartiers d'où on veut sortir à tout prix. D'ailleurs, deux des héroïnes principales, deux des filles Jarry en sont sorties comme elles ont pu, l'une en épousant un médecin, l'autre, Jeannine en se laissant épouser par un millionnaire qu'elle n'aimait pas. Avec les années, l'orientation de l'intrigue de Rue des Pignons a pris une autre direction. Les conditions de vie s'étant nettement améliorées, leurs façons de penser et de vivre s'en ressentent.

L'épisode que nous analysons fut diffusé le mardi 5 octobre, 1976.

SOMMAIRE DE L'EPISODE: dans cet épisode;

Hélène doit visiter un notaire qui a communiqué avec elle à propos du testament de son beau-père. Micheline

et Joachim sont à leur ferme en train de recevoir Philippe et sa nouvelle femme pour souper. Henri souffre d'arthrite chronique et son médecin lui a avoué qu'il n'y avait pas grand chose à faire pour améliorer son état.

LIEUX PHYSIQUES:

L'action a lieu surtout dans le quartier de "Rue des Pignons" et dans une ferme non loin de Montréal. En termes de scènes spécifiques, 4 sur 8 ont lieu dans des environnements de travail (i.e. là ferme, le bureau du médecin et le magasin du coin). Les autres scènes ont lieu ou bien dans la salle de séjour, ou bien à l'extérieur à la campagne.

PERSONNAGES:

Un total de 10 personnages en tout, 7 hommes et 3 femmes, apparaissent au cours de cet épisode. Tous adultes, sauf 1 adolescent. 5 des personnages sont mariés, 2 sont veufs, 1 célibataire et 3 personnages s'avèrent sans statut particulier. Même en tenant compte qu'aucun enfant ne soit intégré à cet épisode, nous savons qu'au moins 4 des personnages ont des enfants et un couple en attend un premier.

Statuts selon les fonctions exercées:

Hommes	Femmes
3 médecins	2 ménagères
1 fermier	1 secrétaire
1 petit commerçant	
1 détective	
1 étudiant	

3 des 10 personnages (le médecin, le fermier et le propriétaire de magasin) furent présentés dans leur environnement de travail. En termes de classes sociales, on pourrait considérer 5 des 10 personnages comme étant de la classe privilégiée, l'autre est col blanc, 3 sont cols bleus et 1 est étudiant.

Certains personnages de "Rue des pignons" ont eu des problèmes de santé dans le passé. Dans cet épisode particulier, seul Henri, médecin retraité dont l'état de santé est précaire souffre d'arthrite. Durant les autres épisodes, nous prenons connaissance de certains maux physiques et psychologiques tels que dépression, alcoolisme etc... dont souffrent certains personnages.

RELATIONS INTERPERSONNELLES:

Dans cet épisode, toutes les interactions des personnages étaient sympathiques et amicales. Chaque interaction exprimait le bonheur à travers un événement ou montrait l'appui apporté à ceux qui s'engageaient dans une période difficile. Les conseils et confidences étaient les thèmes principaux de ces interactions.

On ne pouvait identifier aucune rencontre conflictuelle dans cet épisode.

Message fondamental: La famille et l'amitié apparaissent comme les thèmes primordiaux de cet épisode. D'une part, on assiste au bonheur et à la joie de certains couples qui viennent de se marier ou qui vont bientôt avoir leur premier enfant et d'autre part, on assiste à la maladie et à la solitude de certains autres personnages. Ces derniers peuvent toutefois s'appuyer sur leurs amis ou famille. La patience et l'amour allègent en quelque sorte pareille

souffrance et pareil destin.

Même si on ne s'aperçoit d'aucune rencontre conflictuelle dans cet épisode, des conditions exceptionnelles ont donné lieu à des crimes dans le passé. Ces délits commis pour la plupart par les étrangers, ne constituent pas les temps forts de la série, mais ils sont plutôt un prétexte nous permettant d'apprécier une fois de plus la compassion exprimée par la famille et les amis de la victime. Somme toute, les principales intrigues se jouent à peu près toujours dans les relations interpersonnelles de la famille et des amis.

LES BERGER (TVA) diffusé à 19.30 heures

le mardi, 30 minutes

taille de l'auditoire: 1,423,800 personnes

ANALYSE DE LA SERIE:

"Les aventures sentimentales, professionnelles et sociales, parfois cocasses mais souvent dramatiques, d'une famille de classe moyenne évoluant dans une société aux prises avec les problèmes de l'heure."

L'épisode a été diffusé le lundi 5 octobre 1976.

SOMMAIRE DE L'EPISODE:

Après un long séjour à l'étranger, M. Beaulieu. industriel, décide de revenir à sa femme et à ses enfants mariés. Il est maintenant un homme nouveau, plein de bonne volonté qui veut profiter de la vie et oublier ses mauvaises habitudes de vieux bourreau de travail. Tout le monde est bien content de le revoir. Son fils désapprouve néanmoins le fait qu'il abandonne les affaires. M. Beaulieu, père, apprend également au cours de cet épisode que sa fille adoptive attend un enfant et qu'elle est très malheureuse. Cette dernière informe son beau-père que son mari n'est pas le père de l'enfant.

LIEUX PHYSIQUES:

Dans cet épisode, l'action se passe de nouveau à

Montréal, même si on retrouye peu de points de repère de la ville. Les 5 scènes se déroulent dans la salle de séjour, dans les familles respectives, ou chez des amis. Pour la plupart, ces intérieurs sont modernes et confortables.

PERSONNAGES:

Par rapport à d'autres "téléromans", on trouve un plus grand nombre de femmes (N:6) que d'hommes (N:3), dans cet épisode. C'est surtout un monde d'adultes, mise à part la petite fille de M. Beaulieu. La majorité de nos personnages sont mariés (N:6); un couple vit en union libre; on trouve un célibataire et un enfant. Pour ce qui est de la dimension de la famille, il semble y avoir un enfant ou 2 par famille, mais on ne les voit qu'occasionnellement

Statuts selon les fonctions exercées:

Hommes	Femmes
2 hommes d'affaires (1 retraité)	1 femme d'affaire
1 professeur	1 domestique
	3 ménagères
	1 sans occupation
	1 enfant

Dans cet épisode, on voit peu de femmes travaillant à l'extérieur de la maison.

Tous les personnages sont en bonne santé, sauf M. Beaulieu qui a déjà eu une crise cardiaque.

RELATIONS INTERPERSONNELLES:

Comme on l'expliquait dans le "téléroman" précédent, l'interaction se joue toujours au niveau personnel, c'est-à-dire entre les membres de la famille. Il y a dans cet épisode une atmosphère de réjouissance et de bonheur.

INTERACTION CONFLICTUELLE:

Sur 5 scènes, on en trouve une seule qui offre des éléments conflictuels. Dans cette scène, le fils Beaulieu remet en question la décision de son père à savoir d'abandonner la direction de l'entreprise familiale. Il élève la voix pour déclarer à son père qu'il ne comprend pas une décision aussi "folle". Le père lui répond qu'il désire profiter de la vie et que son fils n'a guère le choix d'accepter ou de ne pas accepter sa décision. Le père offre alors ses meilleurs souhaits à son fils et se retire.

Ce conflit du type dispute se déroule dans le cadre d'une interaction père-fils. L'objet du conflit implique une décision unilatérale de la part d'un des participants. Le dénouement survient lorsq'un des deux participants cesse de discuter pour se retirer. Néanmoins, on ne perçoit pas de sentiments de méfiance ou de vengeance entre les deux parties; la décision du père demeure tout simplement sans recours.

Message fondamental: Le thème principal de cet épisode porte surtout sur la structure familiale où l'on perçoit au moins deux composantes: soit d'une part la relation homme-

femmes et d'autre part, les affaires traitées par la famille. On assiste en effet à des conversations où il est plus ou moins question d'affaire, mais on ne voit dans aucune scène les dites affaires se dérouler. L'idéal "bourgeois" qui associe le travail, l'argent et le bonheur est également un thème sous-jacent. Ainsi, même si Monsieur Beaulieu change d'option et exprime son envie de profiter pleinement de la vie, il revient au fils et à la fille de prendre la relève des affaires de la famille.

Cet épisode n'aborde la sexualité qu'avec réserve. Cet aspect de la vie semble secondaire pour certains personnages; pour d'autres, il s'avère vital et directement associé à l'amour. La maîtresse et la fille adoptive de M. Beaulieu en témoignent chacune à leur manière. La fille adoptive, par exemple, a jugé bon de faire l'amour avec un garçon qu'elle connaissait à peine parce qu'elle croyait à son amour. On semble pénaliser ceux qui voient la sexualité comme un aspect important de la vie. La maîtresse est souvent seule et la jeune femme est enceinte sans l'avoir vraiment prémédité.

Dans bien des cas, on trouve le stéréotype féminin traditionnel: la mère et l'épouse aimante. Mais on trouve aussi des femmes d'un nouveau type, plus engagées dans l'initiative et qui dirigent les entreprises familiales. Ces femmes sont calmes, logiques et souvent centrées sur elles-mêmes, néanmoins, leurs responsabilités leurs sont toujours léguées par leurs maris ou leurs pères. Cette série, en ce qui concerne les valeurs, nous semble donc centrée sur le mariage, la famille et le travail.

Le contexte familial donne lieu aux interactions émotives sanslesquelles ces histoires ne pourraient se dérouler. Un fait intéressant à souligner est que les femmes soient instigatrices de la plupart des intriques.

Enfin, nous ne pouvons passer sous silence que même si les thèmes comportent une certaine uniformité pour chaque épisode, d'autres thèmes différents se manifestent occasionnellement. Dans d'autres scénarios, par exemple, la famille Berger qui n'était pas en vedette dans l'épisode que nous avons analysé est aux prises avec un problème très contemporain, soit devoir déménager leur bureau d'agence de voyage à cause de la construction d'une voie rapide. Dans un autre épisode, on assiste à l'enlèvement de la petite fille de M. Beaulieu. Cet acte criminel est commis par 2 jeunes étrangers. Ils sont néanmoins appréhendés au cours des 2 ou 3 épisodes qui suivent et la victime retourne intacte à ses parents. Cet événement exprime, de fait, une certaine violence qui n'est pas habituelle dans la série. Mais on ne voit ni blessure, ni sang, ni même de rançon à payer.

Somme toute, l'auteur de cette série semble vouloir aborder un nombre de problèmes qui sont plutôt d'ordre social et il tente, jusqu'à un certain point, de déstéréotyper certains rôles sociaux.

LA P'TITE SEMAINE (Radio-Canada) - diffusé

le lundi, 17 heures, 30 minutes

taille de l'auditoire: 735,400 personnes

ANALYSE DE LA SERIE

"Traiter légèrement les sujets les plus sérieux; prendre avec un grain de sel les problèmes de notre époque; faire sourire au lieu de faire pleurer... tel est le propos de la P'tite Semaine". Par le truchement des quatre personnages principaux de la P'tite Semaine, les téléspectateurs ont pu voir comment des gens simples, les citoyens moyens, ceux qui font partie de la majorité silencieuse, réagissent aux excès de la publicité, à la vogue des cures d'amaigrissement, à l'amour libre chez les jeunes, aux frictions entre propriétaires et locataires, aux relations entre Français et Québécois, au coût exorbitant des réparations de garage et à bien d'autres sujets de souci, de stress, d'angoisse sinon de franche rigolade."

L'épisode analysé a été diffusé le lundi 4 octobre, 1976.

SOMMAIRE DE L'EPISODE:

Nicole, fille mariée des Lajoie, décide d'aider une de ses amies qui a des problèmes maritaux. Elle invite donc, cette amie pour la nuit au grand désespoir de son mari et de ses parents. L'amie s'impose avec ses 2 enfants et la vie devient intenable. Finalement la situation se replace à la satisfaction de tout le monde, sauf pour le mari de l'amie de Nicole qui doit reprendre sa femme et ses enfants.

LIEUX PHYSIQUES:

Tout se passe encore à Montréal. Sur 10 scènes, on compte (N:5) scènes se passent dans la salle de séjour et (N:3) scènes se passant dans la salle à manger. On change de décors pour 2 autres scènes dont l'une se passe dans la cuisine et l'autre dans le magasin de "variété".

PERSONNAGES:

Un nombre égal d'hommes (N:4) et de femmes (N:4) apparaissent dans ce monde composé surtout d'adultes. Au cours de cet épisode, on se trouve cependant en présence de deux enfants, ce qui est plutôt rare. A l'exception des enfants, tous les personnages sont mariés. Les statuts selon les fonctions exercées sont les suivants:

Homme	Femme
1 propriétaire de petite entreprise	1 partage l'entreprise de son mari
1 psychiatre	1 travaille dans un centre audio-visuel
1 inclassable	1 (cherche du travail)
1 enfant	1 enfant

Si l'on considère le niveau social de chacun, on peut classer le psychiatre et sa femme au haut de l'échelle sociale; les autres personnages sont plutôt de la classe bourgeoise. Quant à leur santé, nos personnages en général se portent très bien.

RELATIONS INTERPERSONNELLES:

La famille et les amis entretiennent pour la plupart, des bonnes relations. Chacun essaie d'être compréhensif et consent à offrir sa collaboration selon les circonstances. Le temps aidant, les interactions deviennent peut-être un peu plus tendues, mais, grâce à l'élément comique, les ressentiments arrivent à se dissiper.

INTERACTIONS CONFLICTUELLES:

Dans cet épisode, 4 scènes sur 10 comportent des éléments conflictuels mineurs.

1) La première rencontre met en scène le père qui désire intervenir auprès de sa fille. Celle-ci a l'intention d'inviter sa copine mariée à dormir chez-elle. Le père dit alors à sa fille qu'on ne fait pas ce genre de choses. Sa fille répond que ce sont là des vieux principes qui ne se défendent plus. Elle lui souhaite bonne nuit en l'embrassant et retourne à son appartement. Le père réalise, d'une part, que sa fille est maintenant une adulte et, d'autre part, son impuissance vis-à-vis de son comportement.

Ce genre de conflit est basé sur une question de principe entre le père et la fille qui se définit dans une conversation sans éclat et qui se résorbe dans l'attitude résignée de l'un des deux participants (le père). Aucune acrimonie ne subsiste.

2) La seconde rencontre met en scène le mari et son épouse. Au cours de cette scène, Lucien (propriétaire de magasin), a une discussion avec sa femme à propos du droit qu'il s'arroge d'intervenir auprès de sa fille. Sa femme lui répond que ce n'est pas de son affaire et que Nicole (leur fille) devrait pouvoir décider toute seule de sa vie. Le père n'est pas de cet avis et dit à sa femme qu'il

monte sur le champ pour parler avec sa fille. Comme il s'apprête à quitter la cuisine, sa femme lui demande s'il veut bien peler des pommes de terre pour elle. Il accepte en réalisant tout à coup que sa chère femme a encore une fois le dernier mot.

Ce type de conflit a lieu au cours d'une discussion entre le mari et la femme. La mésentente se résorbe lorsqu'un des deux participants abandonne son plan d'action.

3) La troisième rencontre conflictuelle a lieu alors que Christian (mari de Nicole) réalise que la copine de sa femme déménage avec ses enfants et qu'il aura à dormir avec les 2 femmes dans la salle de séjour. Il exprime sa contrariété vis-à-vis de la situation. Nicole répond qu'il n'a aucune raison de se plaindre et qu'il est parfaitement acceptable pour tous les trois de dormir ensemble s'il se comporte correctement. La scène se termine sur un échange de blagues entre les 2 conjoints.

Ce genre de conflit apparait également au cours d'une discussion entre le mari et la femme, discussion de nouveau alimentée par une question de principe. Le problème se résorbe un peu à la manière de ce qu'on a vu dans la 1ère scène, c'est-à-dire que l'un des deux participants s'en remet à la décision de l'autre.

4) Le quatrième et dernier conflit tourne autour d'une discussion entre le mari de Nicole (psychiâtre) et la copine de Nicole. L'un prétend qu'elle n'utilise pas la bonne terminologie dans la description qu'elle fait de son mari. Ce genre de discussion entre amis se termine par l'arbitrage de Nicole qui leur suggère de laisser tomber la discussion.

Message fondamental:

Les thèmes principaux de cet épisode évoluent autour de la famille et des amis. On y sent le souci d'aider ceux qui en ont besoin. Entre les conjoints, les problèmes ne sont jamais insurmontables et on finit toujours par en arriver à une solution acceptable pour tous. On y fait allusion au travail, mais pas d'une façon capitale, lorsqu'on aperçoit les Lajoie dans leur magasin. Les femmes semblent jouer un rôle de médiation dans les situations conflictuelles. Et même si l'un des personnages est originaire de France, cela se voit qu'il est intégré au milieu québécois du fait qu'il est ici depuis un bon moment. On ne pourrait pratiquement pas faire la différence avec un Québécois si ce n'était son léger accent. Le fait que les personnages boivent toujours du vin à table demeure cependant un fait assez intéressant à souligner.

Somme toute, on constate que les personnages types de "La P'tite Semaine" réagissent aux problèmes de la vie avec une touche d'humour. Dans les scénarios autres que celui-ci, on retrouve les Lajoie en désaccord avec leurs voisins et en voyage pour visiter leurs enfants aux études en Europe. Cette année, on offre de nouveau cette même série, laquelle a d'ailleurs été vendue sur le marché français.

"Y'A PAS DE PROBLEME" (Radio-Canada)

diffusé le lundi à 20 heures, 30 minutes,

Taille de l'auditoire: 994,900 personnes

ANALYSE DE LA SERIE:

"Conçue comme une comédie de situation, la série "Y'a pas de Problème" de Réginald Boisvert a pour cadre une petite ville de province où résident les membres de la famille Brunelle: des gens ordinaires, à revenus modestes mais qui ne manquent de rien.

Hervé Brunelle, le père, est routier de métier. Les Brunelle ont trois enfants: Isabelle, 20 ans, technicienne de laboratoire; Odile, 19 ans, étudiante de CEGEP et André, 17 ans, beau gars, très fier de lui-même.

Autour des Brunelle, évoluent des parents, des amis qu'on apprendra à connaître au cours de la saison. On verra tour à tour Charley, un routier ami d'Hervé; Charmaine Gamache, la belle-soeur d'Hervé, bagarreuse dont la personnalité fait contraste avec celle de son mari et enfin avec la sympathique serveuse de restaurant des routiers où Hervé s'arrête pour casser la croûte et se reposer."

L'épisode analysé fut diffusé le lundi 4 octobre 1976.

SOMMAIRE DE L'EPISODE:

Hervé et "Charly", deux routiers, rencontrent au dépôt de la compagnie un collègue routier accompagné d'une magnifique blonde qu'il leur présente comme son épouse.

Le jour suivant, les deux mêmes collègues rencontrent Henri dans un restaurant de Chicoutimi, mais cette fois, avec une jolie brunette qu'il présente aussi comme son épouse. L'après-midi suivant, Charly commence un flirt avec la femme blonde d'Henri alors qu'elle l'attendait au dépôt de camions. Henri les surprend et invite Charly dans la remise. Il lui donne alors un coup de poing dans l'oeil (hors champ de la caméra). Au cours de la scène qui suit, Henri demande

pardon et supplie Charly de l'aider pour que ses deux "épouses" ne se rencontrent pas à l'occasion d'une prochaine exposition de camions. Charly accepte, mais il bousille la situation et les deux "épouses" quittent Henri (ni l'une ni l'autre n'étaient d'ailleurs mariées avec lui). A la fin, tout le monde reste en bons termes. Charly et Henri sont encore amis.

LIEUX PHYSIQUES:

Contrairement aux autres "téléromans", l'action se passe dans une petite ville de province et non à Montréal, sur la route et dans différentes parties de la province. Comme on peut le supposer, presque tout se passe, dans cet épisode, dans le principal environnement de travail des personnages (N=4), c'est-à-dire le dépôt de camions et leurs camions. Les autres scènes se passent au restaurant (N=4), au motel (N=3) et dans la salle à manger d'Hervé (N=1). Nos routiers se rencontrent très fréquemment au restaurant alors qu'ils sont sur la route. Ce qui s'avère en quelque sorte une extension de leur salle à manger à la maison.

PERSONNAGES:

Un plus grand nombre d'hommes (N=7) participent à cette série. 4 femmes apparaissent et on ne voit pas d'enfant. En termes de situations maritales, nous avons 3 personnages mariés, 3 vivant en union libre, 2 célibataires et 3 inclassables. Un couple, les Brunelle, a trois enfants, mais on ne les voit pas dans cet épisode. En termes de statuts selon les fonctions exercées, cela se définit comme suit:

Hommes	Femmes
6 routiers	2 compagnes
1 répartiteur de camions	1 ménagère
	1 serveuse

Pour la plupart, nos personnages sont des cols bleus. Dans cet épisode, tous les personnages sont en bonne santé.

RELATIONS INTERPERSONNELLES:

C'est davantage une atmosphère de camaraderie entre collègues de travail que l'on trouve dans cet épisode. Une certaine compétition en vue de gagner la compagne de l'autre existe aussi dans ce milieu. Bien que certains échanges entre les personnages pourraient être qualifiés de violents, l'agresseur et la victime finissent toujours par se réconcilier. On peut toujours compter sur des amis.

INTERACTIONS CONFLICTUELLES:

Des 12 scènes qui composent cet épisode, 4 comportent des éléments conflictuels. Toute forme d'agression physique se trouve néanmoins hors champ de la caméra.

1) La première interaction du genre implique Charly, le routier, flirtant avec la blonde d'Henri. Charly est pris en flagrant délit et se dirige vers une remise qui se trouve tout près pour s'expliquer avec Henri. On entend du bruit et on voit ensuite la victime, Charly, qui réapparait avec un oeil au beurre noir.

La nature du conflit tient de la rivalité. L'un des participants résoud le problème par une agression physique (hors champ et sans effusion de sang) vis-à-vis l'autre participant. L'interaction qui suit entre les deux mêmes personnages est dépourvue de son caractère conflictuel et laisse voir une attitude amicale.

2) La seconde interaction conflictuelle n'a rien de physique. Il

s'agit d'Henri et de ses 2 compagnes qui réalisent soudainement qu'elles sont dupes et lui demandent une explication. Ce conflit se déroule au cours d'une discussion qui implique les amants; il se résorbe du fait que 2 des 3 participants (2 compagnes) terminent leurs relations avec le troisième participant (Henri).

3) La troisième interaction conflictuelle est une répétition de la première. Henri, fâché du fait que Charly n'a pu réussir à éloigner les 2 femmes l'une de l'autre, lui demande une fois de plus de le suivre tout près dans la remise, pour s'expliquer. Et de nouveau, (hors champ), il lui assène un coup qui provoque un second oeil au beurre noir.

Ce type de conflit donne lieu à une pénalisation envers son collègue qui n'a pas su bien assister un autre ami. On procède à la résolution du conflit par une agression physique et la victime trouve presque normal de recevoir sa punition. Dans la séquence qui suit, l'agresseur et la victime se réconcilient et sont prêts à tout oublier.

4) L'interaction finale est exactement la même que la première que nous avons décrite, sauf qu'elle implique un personnage autre que Charly. Dans cette situation, il s'agit d'un autre routier qui se vante d'avoir rencontré une jolie petite rousse à Ottawa, laquelle est également la nouvelle amie d'Henri. Les deux hommes vont s'expliquer dans la salle de toilette du restaurant et l'un des deux revient avec un oeil au beurre noir.

Ce type de conflit tient toujours de la rivalité. L'agression physique s'avère la solution. Une fois de plus, l'acte violent se passe hors champ et sans effusion de sang.

Message fondamental:

Les principaux thèmes de ces épisodes sont la rivalité, les hommes au travail et l'amitié. Les problèmes ne sont jamais très dramatiques et ils se règlent assez facilement. Bien qu'on ne voit que rarement les personnages au travail, mais plutôt en fin de journée ou pendant leurs repas, tout de même, on y sent toujours un rappel du travail en question. Compte tenu de leur travail, nos personnages sont plus sur la route qu'à la maison. Cela peut sembler une épreuve pour la famille, mais un homme doit travailler à quelque chose qu'il aime en assurant un revenu à sa famille. Voilà qui nous parait la morale sous-jacente de cette émission. On trouve un certain nombre de références en ce qui a trait à la sexualité, surtout dans le cas de Charly, le célibataire Don Juan, mais il s'agit là beaucoup plus de paroles que d'actions et tout le monde s'en amuse. Les femmes stéréotypées, en tant qu'épouses fidèles ou maîtresses dupes. On trouve aussi la jeune serveuse qui doit supporter les quolibets et allusions habituelles des routiers.

En somme, nous trouvons dans chaque scène, qu'elle soit sérieuse ou drôle, une façon comique d'en sortir. Dans d'autres émissions de cette série, on a assisté au "vol" d'une caisse de cidre, on voit des personnages gagnant la loterie, on assiste à une frayeur à l'occasion d'une épidémie de ce que tout le monde pensait être la grippe "porcine" et finalement, il y a une rencontre avec un groupe de motocyclistes. Toutes ces interactions sont du genre non violent et les agressions physiques sont plutôt rares. "Y'a pas de Problème" garde un caractère humoristique avec des thèmes traités un peu à la légère.

SYMPHORIEN (TVA)

Diffusé le mardi, 19.00 heures, 30 minutes.

Taille de l'auditoire: 1,308,300 personnes.

ANALYSE DE LA SERIE:

"De la réalité au loufoque, il n'y a qu'un pas et Symphorien, concierge d'une maison de pension n'hésite pas à le franchir chaque semaine. D'une ingénuité impayable, il a le don de se mettre les pieds dans les plats chaque fois qu'il veut rendre service ou venir en aide aux locataires de Madame Sylvain. Tous les mardis, des comédiens renommés entrent dans le jeu pour faire vivre des personnages qui tentent de se sortir de situations hilarantes, pendant que le téléspectateur rigole."

L'épisode que nous avons analysé fut diffusé le mardi, 5 octobre 1976.

SOMMAIRE DE L'EPISODE:

Symphorien présente quelques-uns de ses amis à un vendeur d'assurances. Chacun d'eux décide alors, pour des raisons personnelles, d'acheter de l'assurance soit parce qu'ils pensent que le jeune vendeur séduisant va les inviter à dîner; dans le cas du policier, parce qu'il aimerait recouvrer $ 1,000. pour blessures corporelles, etc. Finalement, tous décident d'annuler leur assurance en ayant soin de jeter le blâme sur Symphorien pour avoir commencé toute cette affaire.

LIEUX PHYSIQUES:

L'action se passe dans un quartier de l'est de Montréal. On assiste à un nombre presqu'égal de scènes où les gens sont au travail (N=4), c'est-à-dire le poste de police et la maison de chambres. Dans le dernier cas, la salle à manger (N=3) et le hall d'entrée (N=3) sont

les lieux physiques. 2 autres scènes ont lieu à l'extérieur.

PERSONNAGES:

Un total de 8 hommes et de 3 femmes font partie de cet épisode. La plupart de nos personnages sont célibataires (N=6) et 3 sont mariés, 1 est veuf et 1 autre est inclassable.

Bien qu'on ne voit aucun enfant au cours de cet épisode, les couples mariés ont, en général, de 1 à 3 enfants. Exception faite de Symphorien qui a 14 enfants. Ceux-ci, cependant, ne sont que rarement présents dans la série. Les statuts selon les fonctions exercées sont les suivants:

Homme	Femme
2 agents de police	2 retraitées
1 directeur de salon funéraire	1 inclassable
1 concierge	
1 chômeur	
1 inclassable	
2 vendeurs d'assurances	

Nos personnages, pour la plupart, sont de tous les échelons de la classe moyenne. Tous sont en excellente santé.

RELATIONS INTERPERSONNELLES:

Dans cet épisode, l'accent est mis sur les interactions entre Symphorien et ses amis. Le climat est amical et drôle, malgré quelques éclats à l'occasion. Symphorien est souvent pris par le collet parce qu'il est le bouc émissaire classique pour toutes les infortunes; mais

tout est dédramatisé et traité à la légère. A la fin de chaque épisode, tout le monde rit un bon coup à propos des problèmes qu'on vient de régler.

INTERACTIONS CONFLICTUELLES:

Nous avons constaté, à l'analyse, que 7 sur 13 scènes présentées comportaient des éléments conflictuels. La majorité de ces éléments conflictuels étaient mineurs.

1) La première interaction conflictuelle nous fait voir l'amoureux de l'un des personnages principaux prendre Symphorien par le collet pour le secouer avec violence. Il faut dire que le malheureux Symphorien avait eu l'idée malvenue de présenter un vendeur d'assurance à cette personne. L'objet de ce conflit était la jalousie et impliquait non pas l'autre partenaire de la relation amoureuse mais une tierce personne. Le conflit se manifeste par une agression physique modérée de la part d'un des deux amoureux et la résolution du conflit a lieu lorsque l'un des participants, l'agresseur, finit par laisser tomber la question pour se retirer.

2) La seconde interaction implique un sergent de police avec l'un de ses officiers subalternes. Le problème se pose lorsque le sergent décide de changer le jour de congé de l'officier, ce qui eut pour effet de bousiller la partie de golf dudit officier.

Le litige est causé par un conflit d'intérêt entre un supérieur et un subalterne. Le problème est réglé du fait que l'officier accepte la décision de son supérieur.

3) La troisième scène présente trois femmes célibataires attendant leur compagnon pour aller jouer au golf mais elles finissent par apprendre qu'on ne permet pas aux dames de jouer dans l'après-midi au club où l'un des compagnons, le vendeur d'assurance, voulait les amener.

L'objet du conflit est centré sur la déception des dames qui ne peuvent réaliser leur désir. L'une d'entre elles, se voyant forcée d'accepter la situation, exerce une représaille en supprimant son assurance. Voilà un des rares moments où l'on voit une victime s'engager dans la vengeance.

4) Au cours de la quatrième situation, on voit l'agent de police arrêter un chauffeur pour une offense mineure en essayant de l'engager dans la bagarre de manière à recouvrer l'argent de l'assurance pour un nez cassé, à tel point qu'il finit pratiquement par supplier le chauffeur de le frapper.

L'objet de ce conflit est centré sur le fait que l'un des participants espère retirer des dédommagements mais la partie adverse refuse de jouer le jeu. Les 2 personnages ne se connaissent pas. Le dénouement. survient alors qu'un personnage démissionne et laisse partir l'autre.

5) Cette rencontre conflictuelle est pratiquement semblable à la première que nous avons analysée. Symphorien sert de bouc émissaire. L'agent de police, mécontent parce qu'il n'a pu recouvrer l'argent de son assurance, secoue Symphorien par le collet alors que le sergent apparait. La colère de l'agent de police est causée par sa frustration et on la voit se manifester d'une manière physique au détriment de l'interlocuteur.

Le problème est réglé par une troisième partie qui représente l'autorité.

6) La sixième rencontre conflictuelle est probablement la plus sérieuse de toutes. L'agent de police qui avait insulté le chauffeur se trouve dans une ruelle, sans son uniforme, nez à nez avec lui. Ce dernier lui assène alors un coup de poing.

L'objet du conflit est la revanche entre 2 participants étrangers. l'assaut physique amène le dénouement. Bien que l'on soit témoin de l'acte physique, on n'utilisait aucune arme dans cette scène et les conséquences n'étaient pas dramatiques.

7) La dernière rencontre met en scène le même agent de police portant un bandage sur son nez et voulant s'en prendre à Symphorien à cause de ce qui venait de lui arriver.

Le conflit prend l'allure d'une revanche manifestée dans une bousculade entre amis. Le dénouement survient lorsque Symphorien, se sentant un peut trop secoué par le collet, se glisse hors de son manteau et s'échappe en courant.

Toutes les rencontres conflictuelles empruntent un caractère humoristique. Ce qui ressort néanmoins est le portrait relativement constant d'un agent de police qu'on présente comme un individu agressif. La principele victime cependant, Symphorien, s'échappe toujours indemne.

Message fondamental:

Les thèmes principaux de cet épisode portent sur l'amitié et l'autogratification. Bien que ces éléments ne soient pas tout à fait compatibles, l'amitié se révèle une valeur plus importante que l'égocentrisme. Sans compter que cet épisode offre des caractéristiques de la famille nucléaire, même si une famille du genre n'apparait pas comme telle. Ainsi, 5 personnes vivent sous le même toit et partagent les joies qu'on vit habituellement autour de la table familiale.

Quelques scènes nous font voir nos personnages dans leur environnement de travail. Ceci est particulièrement vrai de l'agent de police, bien qu'il n'y ait là rien de commun avec KOJAK. Les femmes ne travaillent pas, semblent ouasives, passant leur temps à penser de quelle manière s'y prendre pour qu'on les invite à dîner. Elles sont bavardes, ridicules et quelque peu hystériques. Il faut dire que les hommes n'ont pas l'air d'être beaucoup mieux.

Somme toute, on constate que cette série est composée d'intrigues loufoques et superficielles imaginées pour amuser et divertir.

AVEC LE TEMPS (Radio-Canada)

Diffusé les lundis à 20 heures, 30 minutes

Taille de l'auditoire: 792,700 personnes

ANALYSE DE LA SERIE:

> "Comme son titre l'indique, ce téléroman est un peu l'histoire d'un groupe de jeunes aux prises avec le temps. Des jeunes qui veulent vivre en accord avec leurs idéaux mais qui n'oublient pas la réalité bien quotidienne des trois repas. Des jeunes qui se cherchent et qui, grâce à un projet, vont pouvoir s'identifier et faire ce qu'ils aiment, tout en venant en aide à la communauté. Les jeunes"d'Avec le Temps" décident de refuser certaines normes de la société mais pas dans la passivité. "Drop-out" peut-être, mais certainement pas dans l'oisiveté."

SOMMAIRE DE L'EPISODE:

Julie découvre le monde fascinant des champignons, grâce à une amie experte dans le domaine. Elle persuade alors son amoureux et son enfant d'aller à la cueillette avec elle. A la fin, elle est tellement emballée qu'elle ne veut plus apprêter autre chose que des champignons. Son amoureux et son enfant sont saturés et les discussions s'enveniment. Finalement, son amoureux est malade et elle promet de ne plus apprêter de champignons.

LIEUX PHYSIQUES:

De nouveau l'action se passe dans la région de Montréal. La plupart des scènes ont lieu ou bien dans l'appartement de Julie, ou bien au centre communautaire. On compte plus précisément 4 scènes dans la salle de séjour, 2 dans la salle à manger, 5 au centre communautaire et 1 à l'extérieur.

Même si ces personnages se trouvent souvent dans un environnement de travail, au centre communautaire, un seul travaille réellement.

PERSONNAGES:

Un total de 5 personnages dont 4 jeunes adultes et 1 enfant sont décrits dans cet épisode spécifique. Contrairement à tous nos autres "téléromans", aucun personnage n'est marié. Ils sont tous célibataires, sauf Julie qui est divorcée et qui a un fils. Bien que Julie et son amoureux partagent une relation intime pendant plusieurs épisodes, on les verra se marier plus tard. Le téléspectateur est amené à penser qu'une telle situation est tolérable dans la mesure où elle évolue vers des normes plus acceptables. Les statuts selon les fonctions exercées sont les suivants:

Homme	Femme
1 étudiant en psychologie	1 secrétaire
1 enfant	1 professeur
	1 inclassable

Nos personnages, bien qu'ils soient des "drop out", ne donnent pas l'impression d'avoir de gros problèmes financiers. Leur travail est plus une façon de s'occuper qu'un appui financier. Tous les personnages ont généralement une bonne santé, sauf un qui souffre d'un empoisonnement au cours de cet épisode.

RELATIONS INTERPERSONNELLES:

On trouve ici une variété de relations: entre la mère et l'enfant, entre les amoureux, entre frère et soeur et finalement entre

gens du même milieu. Bien que les éléments de la famille nucléaire soient absents, il nous semble que certains personnages jouent des rôles que l'on attribue ordinairement à tous les membres d'une famille. L'amoureux de Julie, par exemple, joue le rôle du père pour son fils. Les interactions de François et Danielle sont du genre fraternel. Pour la plupart, les interactions sont amicales et fraternelles et l'on y sent une relation d'aide avec des égards les uns pour les autres.

INTERACTIONS CONFLICTUELLES:

Des 12 scènes présentées dans cet épisode, on en trouve 5 à contenu conflictuel. Une seule néanmoins se révèle quelque peu sérieuse.

1) La première interaction nous révèle deux de nos personnages lassés de cueillir des champignons et préférent retourner à la maison. Le troisième personnage est emballé par la cueillette et pense que tout le groupe devrait s'y attarder. L'amoureux décide quand même de quitter. L'objet du conflit tourne autour d'un petit désaccord quant au choix à faire, à savoir continuer la cueillette ou partir. Une discussion s'en suit entre les amoureux, avec l'enfant prenant part pour l'homme contre sa mère. L'homme et l'enfant règlent la question en se retirant. Mais aucun des personnages ne semblent préoccupés outre mesure par cette action.

2) La deuxième interaction met en scène mère et fils. Ce dernier est saturé de champignons et il ne peut plus en manger. Sa mère menace de le mettre au lit s'il ne termine pas son repas. L'enfant préfère le lit.

Le conflit prend naissance dans une relation de pouvoir entre la mère

et son enfant. L'autorité parentale a le dernier mot lorsque l'enfant accepte la seule alternative qu'on lui offre.

3) La troisième interaction conflictuelle et les autres qui ont précédées sont pratiquement identiques. L'enfant est au centre communautaire lorsque sa mère lui demande de revenir dîner. Lorsqu'on lui dit qu'il y a des champignons au menu, il se réfugie dans une boite et refuse d'en sortir. Après quoi il fait des grimaces à sa mère. Elle le prend par le bras et le ramène à la maison.

L'objet du conflit est de nouveau une relation de pouvoir entre la mère et son enfant. L'autorité parentale fait encore loi mais avec la force physique aidant cette fois.

4) Le quatrième conflit met en scène l'enfant qui doit manger des champignons pour le souper. Il s'en sauve en déposant son repas dans un pot à fleurs alors que sa mère ne le regarde pas.

La relation de pouvoir est encore une fois à l'origine du conflit entre la mère et l'enfant. L'enfant s'en tire avec une action subversive.

5) La dernière rencontre conflictuelle a lieu entre les amoureux. Elle est alimentée par le même désaccord analysé antérieurement. François décide que c'est assez et qu'il ne veut plus jamais revoir un champignon dans son assiette. Il essaie d'informer Julie de sa décision d'une manière douce, mais sans succès. Ils commencent à crier tous les deux et elle lui demande de partir.

L'objet du conflit est de nouveau une relation de pouvoir entre 2 participants. Il s'agit là d'une altercation entre amoureux qui se termine lorsqu'un participant demande à l'autre de partir et ce dernier quitte effectivement.

Dans la scène qui sut, les deux amoureux tentent de résoudre leur différent de façon plus constructive. François essaie de faire voir à Julie son extravagance en matière de champignons. A la fin, le problème se règle par une interférence extérieure, soit l'empoisonnement de François et Julie réalise à quel point était abusif son comportement.

Message fondamental:

L'amitié et le désaccord entre amoureux ainsi que dans la relation parent-enfant sont les principaux thèmes de cet épisode. Ils sont présentés dans le contexte d'un groupe de jeunes adultes occupés à réaliser un projet collectif. Le message principal semble se définir dans la difficulté de ne pas s'opposer aux désirs de quelqu'un surtout quand lesdits désirs s'avèrent incompatibles avec ce qu'on appelle "normal".

Comme on l'a déjà dit, bien qu'il soit question d'activités connexes au travail dans cette série, ces activités ne sont pas indispensables à l'indépendance financière du groupe. Les femmes jouent plusieurs rôles dans cet épisode. D'une part, Julie nous semble assez dépendante de son fils et de son amoureux; d'autre part, Danielle travaille au centre et elle donne l'impression d'être plus indépendante. En somme, l'amour et le compagnonnage sont des valeurs vécues par cette génération avide de plaisir, d'aventure et de liberté. Mais ils ne perdent pas de vue pour autant les réalités de la vie. Les jeunes issus de milieux privilégiés ou plus modestes vivent des relations interpersonnelles sans problème.

Nous trouvons toujours dans cette série à peu près le même genre d'histoire. Les thèmes principaux sont véhiculés à travers les relations interpersonnelles des jeunes, préoccupés par la drogue, l'amour

et le compagnonnage. Les problèmes des uns et des autres sont souvent réglés par les relations interpersonnelles. Lorsqu'un membre du groupe est en difficulté, un de ses amis vient lui offrir son aide juste au bon moment.

Les jeunes gens commettent un certain nombre d'actions quelque peu "répréhensibles". Ils prennent des chances mais ils en subissent rarement les conséquences.

QUELLE FAMILLE (Radio-Canada)

Diffusé les lundis, 19.00 heures, 30 minutes

Taille de l'auditoire: 698,800 personnes

ANALYSE DE LA SERIE:

"Quelle famille, c'est l'histoire d'une famille de chez-nous comme il en existe encore des milliers.
Cette famille, c'est celle des Tremblay, une famille qui jouit dqune modeste aisance, qui habite le rez-de-chaussée d'une maison très confortable et joliment décorée dans le quartier de Rosemont à Montréal. Chez les Tremblay, le père comptable est bien rémunéré mais pas assez pour satisfaire les appétits de ses cinq enfants.

"Quelle Famille", c'est une vie empreinte d'optisme et d'humour, mais aussi ponctuée d'événements, de soucis, de chagrins comme en connaissent toutes les familles depuis que les hommes et les femmes fondent un foyer et élèvent des enfants. Ces problèmes n'ont rien d'abstrait. C'est selon l'actualité la plus brûlante que "Quelle Famille" vit dans ses membres les affres de la contestation, de la drogue, de l'alcool, des amours adolescentes, etc."

SOMMAIRE DE L'EPISODE:

L'épisode que nous analysons fut diffusé le 3 mai, 1976.

Nous trouvons la famille Tremblay à la maison, un samedi matin. Le père a ramené du travail à la maison pour la fin de semaine et il est occupé à faire ce travail dans la cuisine. La mère prépare les repas. Pendant la journée, elle constate que sa fille aînée et son fils aîné sont un peu trop impliqués avec des amis du sexe opposé. Le samedi soir a lieu dans le sous-sol une fête organisée par ses trois aînés. La mère les surprend lumières éteintes et elle demande au père d'intervenir. Le père s'y prête volontiers et tout se termine sur une note humoristique.

LIEUX PHYSIQUES:

L'action se passe dans un quartier de Montréal. Toutes les scènes de cet épisode ont lieu dans la maison des Tremblay. Ce téléroman fait exception avec ses nombreuses scènes dans la cuisine où maman fait les repas et papa travaille à sa comptabilité. Plus précisément, on compte 5 scènes dans la cuisine, 4 dans la salle de séjour, 3 dans la salle de jeu, 2 dans la salle à manger et 1 dans la chambre à coucher.

PERSONNAGES:

Par rapport aux autres "téléromans", on trouve dans cette série un grand nombre d'adolescents et d'enfants. En tout, 6 adolescents, 2 adultes et 2 enfants. Tout le monde est donc célibataire sauf les 2 adultes. Une famille de 5 enfants (3 filles et 2 garçons) est plutôt rare dans ce genre d'émissions.

Les statuts selon les fonctions exercées sont les suivants:

Homme	Femme
1 comptable	1 épouse
4 étudiants	4 étudiants

1 chien

On y voit une illustration de la classe moyenne. Tous les personnages sont en bonne santé.

RELATIONS INTERPERSONNELLES:

Dans cet épisode, on assiste à des relations du genre compagnonnage, des relations de couple et des relations parents-enfants.

Tous ces échanges amicaux et sympathiques ressemblent beaucoup à ceux qui sont décrits dans les séries du genre "Papa a raison", etc. Une mère un peu abusive (trop protectrice) qui ne peut s'empêcher de se mêler de la vie des enfants. Le père qui maintient son autorité et qui reste toujours très occupé à son travail. Les enfants, bien qu'ils contestent à l'occasion l'autorité parentale, finissent par se soumettre et de nouveau on retrouve la grande famille heureuse.

INTERACTIONS CONFLICTUELLES:

On peut dire que 5 des 15 scènes décrites dans cet épisode contiennent des éléments conflictuels.

1) Nous trouvons le même scénario dans 4 de ces interactions conflictuelles. Il s'agit de l-un ou l'autre parent qui vit un conflit avec les enfants. Les parents insistent pour que les enfants se comportent d'une manière acceptable selon les normes sociales (éviter d'enlacer son ami du sexe opposé ou danser avec lui dans l'obscurité). Les enfants répondent qu'il n'y a rien de mal à cela et que les parents doivent leur faire confiance.

L'autorité des parents résoud en définitive le conflit et finalement les enfants se soumettent.

2) La seule rencontre conflictuelle qui diffère de celles qu'on a décrites implique les époux. La mère demande à son mari d'intervenir pour assumer ses responsabilités comme un bon père doit le faire. Il faut qu'il rebranche l'éclairage dans la salle de jeu. Il répond qu'il a eu une dure journée de travail et qu'il ne tient pas à être toujours celui qui impose la discipline. Elle finit

par le persuader d'une manière gentille.

Ce conflit réside dans un désaccord à propos des responsabilités d'un des parents. Il met en cause les deux époux et le dénouement survient, grâce à des négociations, avec l'acceptation du point de vue de l'épouse par le mari.

Message fondamental:

Les principaux thèmes portent sur les interactions qui ont lieu dans la famille et dans les relations parents-enfants. Les critères traditionnels sont en exergue mais rarement remis en question. Cette série illustre le milieu où l'on trouve la mère traditionnelle qui soigne son mari et ses enfants en acceptant de vivre pleinement ce rôle. Le mari est stéréotypé dans son rôle d'homme ardent au travail et exerçant son autorité sur ses enfants. Les enfants acceptent volontiers les valeurs que les parents imposent. Les normes et pressions sociales sont tout-à-fait réelles dans un milieu où une personne ne peut avoir qu'un comportement acceptable. On traite de la sexualité d'une façon plutôt indirecte et le sujet semble assez délicat. Un autre message nous parvient, à savoir qu'une grande famille favorise l'épanouissement et la réalisation des parents mais elle s'avère aussi une charge qu'il faut accepter avec joie.

La série "Quelle Famille" diffusée pendant la saison 75-76 était une série répétée et, du fait, s'avérait dépassée. Nous tenons également à souligner que cette série fut vendue au réseau français pour diffusion en France.

B) SOMMAIRE

Le milieu dépeint dans les épisodes des "téléromans" que nous avons analysés antérieurement est habité surtout par des personnages sympathiques: citadins et quelques banlieusards. Les personnages de la série "Y'a pas de Problème", des routiers de profession qui circulent dans tout le Québec, sont les seules exceptions à la règle.

LIEUX PHYSIQUES:

En ce qui concerne les lieux physiques, on a vu beaucoup de changements se produire au cours des dernières années. Dans les années 50 et presque toutes les années 60, les interactions de ces séries avaient toujours lieu autour de la table de la cuisine; aujourd'hui, beaucoup plus de scènes se passent dans la salle de séjour (25%), dans la salle à manger (15%), et au travail (23%). Les autres scènes ont lieu à l'extérieur dans les restaurants, motels et autres endroits de la maison. Toutes proportions gardées, ceci varie selon les séries.

PERSONNAGES:

En tout, la population s'élève dans notre étude à 65 personnages (+ un chien). Ces chiffres comprennent tous les personnages de premier et second ordre (i.e. tous ceux qui interagissent au moins une fois avec les principaux personnages.) La moyenne des personnages par série est de 9.

SEXE:

La proportion des hommes et des femmes favorise quelque peu

les hommes (N=36) par rapport aux femmes (N=29). Les chiffres varient néanmoins d'une série à l'autre. On trouve en effet dans 2 séries "La P'tite Semaine" et "Quelle Famille" un nombre égal d'hommes (N=9) et de femmes (N=9).

AGE:

En termes d'âge, la majorité des personnages (N=33) ont entre 21 à 40 ans, après quoi suit le groupe de 40 à 54 ans (N=16), les adolescents (N=8), les enfants (N=6) et les personnages qui ont plus de 55 ans (N=2). Les pourcentages sont les suivants:

51%	entre 21 et 40 ans
25%	entre 40 et 55 ans
12%	entre 12 et 22 ans
9%	entre 1 et 12 ans
3%	au-dessus de 55 ans

SANTE:

Tous les personnages de nos épisodes, sauf un personnage de "Rue des Pignons", sont en bonne santé, du moins à l'époque de l'épisode étudié.

STATUT MARITAL:

Le statut marital de nos personnages varie d'une série à l'autre. Dans 6 des 7 séries, nous trouvons toujours au moins un couple marié qui occupe une place prépondérante. La série "Avec le

Temps" dont les personnages sont presque tous des jeunes adultes, s'avère une exception. En tout, 39% (N=25) de nos personnages sont mariés, 21% (7 hommes et 7 femmes) sont célibataires, 8% (N=5) vivent en union libre, 5% (N=3) sont en veuvage, 20% (N=3) sont des étudiants ou des enfants et 7% (N=5) sont des inclassables.

NOMBRE D'ENFANTS:

Sauf dans le cas de la série "Quelle Famille" où l'on trouve 5 enfants, on trouve 1 ou 2 enfants par famille.

STATUTS SELON LES FONCTIONS EXERCEES:

La majorité des 29 femmes de nos séries ne travaillent pas à l'extérieur de la maison. Elles sont ou bien ménagères (76%) ou retraitées, ou étudiantes ou enfants. Parmi celles qui travaillent, 24% sont secrétaires (N=2), domestiques (N=1), enseignantes (N=1), femmes d5'affaires (N=2), serveuses (N=1) et une autre travaille dans un centre audio-visuel.

Pour la plupart, les hommes travaillent. Ils exercent les fonctions suivantes:

routier	(N=6)
médecin	(N=4)
agent de police	(N=3)
propriétaire de petite entreprise	(N=2)
vendeur d'assurance	(N=2)
enseignant	(N=1)
homme d'affaires	(N=2)

comptable	(N=1)
directeur de salon funéraire	(N=1)
répartiteur de camions	(N=1)
fermier	(N=1)
concierge	(N=1)
étudiant	(N=8)
chômeur	(N=1)
inclassable	(N=2)

Nous tenons à souligner que la série ("Y'a pas de Problème") où l'on trouve des routiers, et celle qui met en scène des adolescents et des jeunes adultes ("Avec le Temps"), déterminent en quelque sorte la distribution des occupations. Abstraction faite de ces 2 exceptions, on peut dire avec assez de certitude que même si l'on trouve une certaine diversité dans les occupations, les occupations de niveau supérieur prédominent.

INTERACTIONS CONFLICTUELLES:

Parmi les 85 scènes que nous avons analysés, 26 comportaient des éléments conflictuels. Toutes les séries, sauf "Rue des Pignons", reflètent certains éléments conflictuels, mais seulement 13% des scènes (11 sur 85) présentent des éléments conflictuels sérieux. Parmi les scènes où l'on présente des conflits, 73% (19 sur 26) sont sous forme de discussions et conservent un caractère verbal. 27% (7 sur 26) des conflits se manifestent d'une manière plus physique, mais tout se passe un peu à la blague, dans un contexte comique. On se rend compte que ces affontements plus sérieux ne constituent en vérité que 8% (7 sur 85) du total des scènes. Les blessures: 3 victimes avec chacune

un oeil au beurre noir, 1 nez cassé et 3 situations où la victime est secouée par le collet; inutile de souligner que ces dernières scènes revêtent un caractère plutôt loufoque. L'utilisation et la manipulation d'armes au cours de ces assauts criminels est inexistante et dans plusieurs situations, la violence est perpétrée hors champ de la caméra. On ne peut "qu'entendre" et deviner ce qui se passe. Pourtant, nous devons reconnaître qu'il existe dans ces séries des conflits d'intérêt où les personnages expriment des insultes mineures ou sont la cause d'humiliations. Mais tout cela garde une couleur humoristique. Il serait donc assez difficile de les étiqueter comme "violentes".

4 des 7 séries mettent en relief les conflits exprimés dans une relation parents-enfants. Il est toujours question d'un conflit d'intérêt mineur (à savoir, garder allumées les lumières pendant qu'on danse avec son amoureux, ou bien devoir manger des champignons pour avoir droit au dessert). Ces conflits sont d'ailleurs toujours réglés par l'autorité parentale. Lorsque les parents sont en conflit avec leurs grands enfants (jeunes adultes), ces derniers ont souvent gain de cause. On ne peut déceler toutefois aucun désaccord ou séquelle de vengeance au fond du coeur.

Lorsque les conflits surviennent avec les amis ou les étrangers, à l'extérieur du milieu familial, nous rencontrons plus souvent d'autres agressions physiques. Mais tout cela se passe habituellement d'une manière plutôt comique et se règle comme dans le milieu familial. Dans la scène qui suit, tout le monde redevient ami une fois de plus.

Un profil défini semble exister quant aux interactions des personnages de chaque série. Les interactions conflictuelles et les

solutions paraissent toujours les mêmes et se répètent dans la série.

On ne saurait cependant laisser l'impression qu'aucune des séries ne contiennent des situations conflictuelles sérieuses, mais dans ces épisodes de notre échantillonnage, on trouvait peu d'évidence de la violence en tant qu'aspect important dans la trame de l'histoire. Nous savons néanmoins, que dans deux ("Rue des Pignons"; "Les Berger") des sept séries, on a présenté des événements plus sérieux au cours d'autres épisodes diffusés en 1976. Ces événements vont de l'enlèvement d'un enfant à l'assaut de quelqu'un avec un bâton de baseball. Nous devons souligner néanmoins que dans l'approche "téléroman", de tels événements s'avèrent exceptionnels et se dérouleraient sur un certain nombre d'épisodes. On doit également souligner que lorsque ces événements conflictuels sérieux se matérialisent, un étranger est le plus souvent l'auteur du crime et l'attention n'est pas centrée sur le crime en soi mais plutôt sur les conséquences encourues par la victime et les répercussions de cette action sur la famille et les amis. Lorsque des crimes violents surviennent exceptionnellement, ils ne sont qu'une des problématiques de l'épisode. Le crime en soi est plus un prétexte pour créer des interactions entre les amis et la famille que le véritable centre d'intérêt.

MESSAGE FONDAMENTAL:

Si, d'une part, la violence et le crime ne constituent pas les thèmes de premier plan des "téléromans", on peut dire, d'autre part, que la famille et les amis endossent cette prérogative. Ils offrent des milieux extrêmement favorables aux échanges et confidences très personnels. La représentation de l'amitié est exagérément idéale: un ami ou membre de la famille est toujours disponible, compréhensif

et excellent confident. C'est en effet à travers ces échanges de confidences que l'auteur peut expliquer le comportement de chacun de ses personnages et développer de cette manière les intrigues. On ne peut assez souligner l'importance dans le "téléroman" du double thème de "la famille et de l'amitié". L'absence de l'une ou l'autre apporte la peine et le plus grand de tous les maux, la solitude.

TRAVAIL:

Voilà un thème qui apparait de plus en plus fréquemment dans les récents "téléromans". Nous avons trouvé dans notre échantillonnage de la série "Quelle Famille", le père (comptable) qui apporte du travail à la maison pour la fin de semaine. Dans "Les Berger", il est continuellement question de la fusion des compagnies et plusieurs discussions ont lieu à propos des enfants, à savoir lesquels s'engageront dans l'administration de l'entreprise familiale. Dans "La P'tite Semaine", on voit souvent Lucien Lajoie dans un petit magasin de variété. Dans "La Rue des Pignons", on trouve au moins trois scènes ayant trait au travail; dans une scène, on voit un fermier sur son tracteur, dans une autre, on voit un propriétaire dans son petit magasin du coin et dans une troisième, on voit un médecin dans son bureau. L'agent de police au poste de police (Symphorien), le routier sur la route ("Y'a pas de problème"), même les adolescents sont au travail à leur centre communautaire dans la série "Avec le Temps"). Compte tenu du fait que ces scènes ne traînent pas en longueur, elles nous semblent tout de même marquantes. Le travail est perçu comme un pré-requis absolument indispensable au bonheur. Etre sans travail est une des choses les plus redoutables qui peut arriver à un homme. Ceci s'applique évidemment et seulement aux hommes dont les absences sont habituellement justifiées

et reliées au travail.

CLASSES SOCIALES:

Bien que nous ayons rencontré dans notre échantillonnage des gens provenant de milieux économiques différents qui avaient entre eux des relations très décontractées, certaines séries nous transmettent un nombre de références reliées aux classes sociales. Par exemple, dans la série comédie "Symphorien" chaque semaine, on fait allusion à un couple riche, super stéréotypé qui vit dans l'ouest de la ville et on fait allusion aussi aux gens plus modestes qui vivent dans les quartiers de l'Est. L'idéal "bourgeois", dans la série "Les Berger" est remis en question à l'occasion et s'avère une valeur davantage discutée dans ce milieu. On remarque cependant que ce thème, tel que l'avait souligné Line Ross[1] dans son étude, demeure même dans les téléromans des années 70 caractérisé par trois points principaux.

1. Les relations qui existent entre les personnages provenant de milieux sociaux différents sont davantage harmonieuses et pratiquement exemptes de conflits. Les personnages s'ajustent d'un milieu social à un autre avec beaucoup de facilité.
2. Il y a là la possibilité pour une grande mobilité, permettant aux personnages de grimper dans les échelons sociaux via le mariage par exemple.
3. On sent, d'autre part, un thème sous-jacent où il est question des riches qui vivent dans la solitude, avec des problèmes qu'ils ne peuvent résoudre, alors que les moins fortunés sont plus aptes à

1) Line Ross. "Les représentations du social dans les Téléromans québecois". En communication et information, Numéro 3. Automne 1976. p. 215-231.

fonctionner avec ce qu'ils ont en créant leur propre bonheur.

Nous tenons aussi à souligner que les problèmes d'argent et de crédit sont rarement d'une importance capitale dans ces "téléromans". Mis à part le fait que dans certaines séries on voit un personnage préféré être gagnant à la loterie du Québec ("Y'a pas de Problème", "Les Berger").

Il y a là un concensus presqu'absolu sur les valeurs de base entre les groupes sociaux. La plupart des personnages ne prennent pas en considération le facteur des classes sociales dans leurs relations interpersonnelles. Les riches savent toujours quand et comment exprimer leur dépendance vis-à-vis leurs contreparties moins fortunées qui, de leur côté, gardent l'avantage d'être exceptionnellement forts quant aux qualités humaines requises pour les coups durs.

ROLE DE LA FEMME:

Ainsi que d'autres études nous l'ont déjà révélée,[1-2] l'image traditionnelle de l'épouse et de la mère aimante est toujours aussi éloquente dans ces "téléromans". La grande joie dans la vie est d'avoir des enfants et de les regarder grandir. Elle constitue l'élément de complémentarité de son homme sans toutefois être son égal. Elle est douce, émotive, intuitive, dépendante et irrationnelle. On trouve évidemment des exceptions à cet égard et certains indices annoncent un changement. On rencontre des femmes d'un certain âge manifestant une plus grande indépendance d'esprit avec certaines qualités de leadership, tout en

1) Line Ross. "Les représentations du social dans les téléromans québécois." En communication et information, Numéro 3. Automne 1976. p. 215-231.

2) Deslongchamps. "Le rôle de la femme dans les téléromans". Dossier T.V. Québec. p. 203-205. Relations, Montréal. Juillet-août 1973.

étant bien accrochées à leurs valeurs. Cela ressort d'une façon manifeste dans "Les Berger" où 2 femmes dirigent les entreprises familiales. Dans certains cas, la femme partage l'entreprise avec son mari. Ainsi, nous voyons dans "La P'tite Semaine" le couple Lajoie travaillant dans leur magasin de variétés. Dans "Les Berger", Monsieur et Madame Berger administrent tous les deux leur agence de voyage. Nous devons tout de même souligner que ces occupations sont considérées comme un complément au rôle traditionnel sans le remplacer pour autant.

ROLE DE L'HOMME:

Quant aux hommes, ils sont tout aussi traditionnels. Ils doivent assumer leurs responsabilités en tant que pourvoyeur de leur famille et cela nous apparait comme la toute première de leurs préoccupations. On trouve quand même des exceptions où les hommes partagent les tâches domestiques et assument des rôles moins traditionnels, mais c'est le petit nombre. Ils laissent généralement à leur femme la responsabilité d'élever les enfants alors qu'ils sont au travail, mais ils n'abandonnent pas pour autant leur ultime pouvoir de décision dans presque toutes les situations.

LA JEUNE GENERATION:

Les personnages de cet âge se trouvent en nombre limité, sauf dans le cas des séries "Avec le Temps et "Quelle Famille". On rencontre toujours les adolescents dans un environnement familial. Il nous semble qu'ils soient utilisés pour mettre en relief les activités familiales, mise à part la série "Avec le Temps" où les jeunes

constituent le véritable centre d'intérêt. Mais ordinairement, cette jeune génération est dépeinte pour illustrer les valeurs familiales de l'amour, l'amitié et l'affection. Une autre étude nous a déjà révélé [1] la préoccupation première des jeunes provenant de milieux modestes ou bourgeois pour les liens affectifs. Ils sont tout à fait apolitiques et comme leurs parents, ils manifestent une absence de conscience sociale.

---

1) Dubé, Noël. "Les jeunes adultes bien tranquilles de nos téléromans" Dossier T.V. Québec. p. 201-202. Relations, Montréal. Juillet-août, 1973.

Un certain nombre de thèmes reste absent des séries que nous avons analysées:

1. La religion passe inaperçue surtout par rapport à ce que l'on a connu dans les Téléromans des années 50 et 60. Dans les téléromans actuels, nous voyons rarement des prêtres ou des activités religieuses autres que le bingo à l'occasion et les oeuvres de charité dans le temps de Noël. Sans avancer qu'il n'y a aucune référence religieuse car certains personnages continuent à implorer le ciel pour ses bénédictions, la religion n'est plus aussi prépondérante qu'elle l'a déjà été.

2. Comme nous l'avons déjà souligné, les problèmes économiques sont pour ainsi dire effleurés et relativement faciles à régler. Le crédit est une chose facile à obtenir. On mentionne rarement l'inflation et le chômage.

3. L'identité culturelle, les controverses reliées à la politique et à la langue sont des problèmes qui sont rarement abordés dans ce monde-là.

4. La génération des gens âgés est complètement mise à part.

5. Bien que nous apercevions d'autres groupes ethniques de temps en temps, les Canadiens-Anglais ne sont jamais de ceux-là.

6. Les activités reliées à la consommation de loisirs de masse ne sont pas présentées de façon très fréquentes. La grande majorité des personnages par exemple, ne regarde ni ne fait allusion à la télévision.

7. On ne mentionne à peu près jamais la ville et ses dangers; le crime et la violence font exception à la règle. Les seuls exemples où les représentants de la loi sont personnifiés avec une

certaine régularité se trouvent dans les séries "Symphorien" et "Rue des Pignons" où les agents de police sont des amis intimes des principaux personnages.

8. Finalement, nous trouvons un monde de gens qui se connaissent, où la famille et les amis sont reliés à presque toutes les nouvelles situations ou nouveaux personnages.

CONCLUSION:

Les téléromans nous offrent d'abord une image de l'homme extrêmement terre à terre et sécurisante. Tous les gens se connaissent ou presque. Les personnages ont leurs raisons d'être qu'en fonction de leurs relations avec leur famille et leurs amis. Ainsi, la famille et les amis constituent le milieu parfait pour donner lieu à des événements heureux ou malheureux. En effet, ne sont heureux que les personnages entourés de leur famille et de leur amis. La solitude est le plus grand de tous les maux. Cette façon de présenter la vie s'avère néanmoins irréaliste et il n'est pas dit que la famille et les amis soient toujours aussi compréhensifs et accessibles.

L'action se passe presque toujours dans la routine quotidienne. Lorsque la tragédie éclate, nous sommes assurés que le problème sera réglé à plus ou moins brève échéance, i.e. au cours du présent épisode ou d'un autre subséquent. Bien que les lieux physiques soient identifiés comme étant Montréal, il en est rarement question. On insiste bien davantage sur la vie de quartier et les aspects familiaux.

Les rencontres conflictuelles sont verbales et de nature bénigne. Elles sont la plupart du temps le résultat de petits malentendus et ont lieu dans un contexte humoristique. Lorsqu'il arrive exceptionnellement que des rencontres graves aient lieu, on met l'emphase sur la victime et sur les répercussions encourues par la famille et les amis plutôt que sur le crime en soi. Les agresseurs sont généralement des étrangers ou connaissances indirectes.

Les messages fondamentaux les plus constants sont véhiculés par la famille, les amis. L'honnêteté et le travail ardu constituent

des valeurs, l'argent, néanmoins, n'est pas toujours relié au bonheur. Tout le monde a sa chance de réussir dans la vie, et la plupart des séries que nous avons analysées sont conformes aux modèles très traditionnels de notre société. Ce que nous découvrons en général est donc une confirmation pour corroborer les valeurs sociales de la classe moyenne québécoise.

Cette année, les séries Téléromans semblent montrer des signes de renouveau. L'une d'elles "Grand-Papa", qui a remplacé la très populaire série "Quelle Famille" met en scène une personne âgée qui véhicule certains thèmes tels que la vieillesse et la mort d'un -conjoint avec qui on a vécu plusieurs années. Une autre série "Chère Isabelle" emprunte plutôt la veine comique. Un cinéaste et sa femme sont les principaux personnages de cette série; cette dernière essaie constamment de s'affranchir. Nous faisons également la connaissance du voisin du cinéaste, un Canadien-Anglais qui a épousé une Canadienne-Française.

Une autre série "Du tac au tac" met aussi en scène le monde artistique. On y rencontre au moins un personnage féminin, une femme de carrière indépendante et intelligente qui n'a pas besoin de se définir en fonction de sa relation avec sa famille.

On peut dire avec certitude qu'une évolution graduelle se manifeste dans le "téléroman" du Québec. Pour autant, les producteurs savent bien qu'ils ne peuvent sous-estimer cette combinaison magique d'ingrédients avec laquelle les téléspectateurs peuvent s'identifier et qui assure au téléroman le succès énorme qu'il connait à la télévision de Montréal et Québec.

BIBLIOGRAPHIE

Deslongchamps. "Le rôle de la femme dans les téléromans". Dossier T.V. Québec. p. 203-205. Relations, Montréal, juillet-août 1973.

Dubé, Noël. "Les jeunes adultes bien tranquilles de nos téléromans". Dossier T.V. Québec. p. 201-202. Relations, Montréal. juillet-août 1973.

Ross, Line. "Les représentations du Social dans les Téléromans Québécois." Communication et Information. Numéro 3. Automne 1976. p. 215-231.

Ross, Line et Tardif, Hélène. "Les valeurs dans le Téléroman Québécois ". Laboratoire de recherches sociologiques. Université Laval, Québec. Janvier 1975.

Sparkes, Vernone, M. "The Canadian Television Audience: A Study of Viewing Preferences and Attitudes." Syracuse University. Syracuse. N.Y.

Statistics Canada. 1971 Recensement du Canada. Catalogue 95-704 (Montréal) - 95-715 (Ottawa) - 95-719 (Sudbury-Timmins-North Bay) - 95-751 (Toronto).

__________ Notes sur les Préférences du Public..... Colloque sur la violence à la télévision. Conseil de la Radio-Télévision Canadienne. Queens University. Kingston, Ontario.



APPENDICE

APPENDICE - TABLEAU I

TYPES D'EMISSIONS DIFFUSEES A L'AUTOMNE 1975 DANS LA REGION DE MONTREAL

Identification:

Lettres d'appel Canal Ville Langue Réseau	CBFT 2 MONTREAL Français Radio-Canada		CBMT 6 MONTREAL Anglais CBC		CFTM 10 MONTREAL Français TVA		CFCF 12 MONTREAL Anglais CTV		WCAX 3 BURLINGTON Anglais CBS		WPTZ 5 PLATTSBURG, N.Y. Anglais NBC	
CATEGORIE D'EMISSION	% par unité d'émission	% par minutes	% par unité d'émission	% par minutes	% par unité d'émission	% par minutes	% par unité d'émission	% par minutes	% par unité d'émission	% par minutes	% par unité d'émission	% par minute
Aventure	7%	6%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	0%	0%	1%	1%
Comédie	10%	6%	24%	17%	6%	4%	19%	12%	21%	14%	6%	4%
Série dramatique	3%	2%	11%	11%	0%	0%	2%	1%	5%	6%	6%	9%
Série policière	0%	0%	3%	4%	10%	12%	19%	28%	12%	14%	29%	30%
Ser. dram. méd.	3%	4%	1%	2%	3%	4%	0%	0%	3%	4%	3%	4%
Téléroman	3%	2%	0%	0%	3%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Variété	0%	0%	3%	6%	3%	2%	7%	7%	5%	7%	3%	4%
Interview	0%	0%	0%	0%	18%	21%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Emission de jeu	6%	3%	9%	6%	3%	2%	5%	3%	16%	10%	11%	8%
Musique	3%	2%	13%	15%	11%	8%	9%	6%	1%	1%	0%	0%
Film a) Policier	2%	5%	0%	0%	3%	5%	0%	0%	1%	2%	1%	4%
b) Drame	5%	14%	0%	0%	1%	4%	1%	2%	1%	5%	2%	7%
c) Comédie	0%	0%	0%	0%	4%	10%	1%	2%	0%	0%	1%	2%
d) Autre	0%	0%	0%	0%	1%	4%	1%	3%	1%	3%	0%	0%
Total:	7%	19%	0%	0%	9%	23%	3%	7%	3%	10%	4%	13%
Sport A)	3%	2%	4%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
B)	1%	2%	0%	0%	0%	0%	1%	2%	0%	0%	0%	0%
Documentaire	8%	10%	7%	5%	0%	0%	1%	2%	1%	1%	4%	2%
Nouvelles	31%	30%	14%	20%	31%	20%	16%	20%	31%	30%	29%	20%
Aff. publiques	12%	10%	8%	8%	0%	0%	10%	6%	1%	2%	1%	1%
Dessins animés	3%	2%	0%	0%	0%	0%	5%	3%	1%	1%	1%	1%
Autres	0%	0%	3%	4%	3%	2%	1%	1%	0%	0%	2%	3%
Inclassable	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: MONTREAL

APPENDICE - TABLEAU II

SAISON: AUTOMNE

POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LA LANGUE

RESEAUX	LANGUE ANGLAISE		LANGUE FRANCAISE		AMERICAIN	
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	1%	1%	3.5%	3%	.5%	.5%
Comédie	21.5%	14.5%	8%	5%	13.5%	9%
Série dramatique	6.5%	6%	1.5%	1%	5.5%	7.5%
Série policière	11%	16%	5%	6%	20.5%	22%
Ser. dram. méd.	.5%	1%	3%	4%	3%	4%
Téléroman	0%	0%	3%	2%	0%	0%
Variété	5%	6.5%	1.5%	1%	4%	5.5%
Interview	0%	0%	9%	10.5%	0%	0%
Emission de jeu	7%	4.5%	4.5%	2.5%	13.5%	9%
Musique	11%	10.5%	7%	5%	.5%	.5%
Film a) Policier	0%	0%	2.5%	5%	1%	3%
b) Drame	.5%	1%	3%	9%	1.5%	6%
c) Comédie	.5%	1%	2%	5%	.5%	1%
d) Autre	.5%	1.5%	.5%	2%	.5%	1.5%
Total des films:	1.5%	3.5%	8%	21%	3.5%	11.5%
Sports: A) Emission d'information	2%	1%	1.5%	1%	0%	0%
B) Reportage	.5%	1%	.5%	1%	0%	0%
Documentaire	4%	3.5%	4%	5%	2.5%	1.5%
Nouvelles	15%	20%	31%	25%	30%	25%
Affaires publiques	9%	7%	6%	5%	1%	1.5%
Dessins animés	2.5%	1.5%	1.5%	1%	1%	1%
Autres	2%	2.5%	1.5%	1%	1%	1.5%
Inclassable	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: MONTREAL

APPENDICE - TABLEAU III

SAISON: AUTOMNE

POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LE REGIME DES RESEAUX

RESEAUX	D'ETAT CANADIEN		PRIVE CANADIEN		PRIVE AMERICAIN	
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	3.5%	3%	1%	1%	.5%	.5%
Comédie	17%	11.5%	12.5%	8%	13.5%	9%
Série dramatique	7%	6.5%	1%	.5%	5.5%	7.5%
Série policière	1.5%	2%	14.5%	20%	20.5%	22%
Ser. dram. méd.	2%	3%	1.5%	2%	3%	4%
Téléroman	1.5%	1%	1.5%	1%	0%	0%
Variété	1.5%	3%	5%	4.5%	4%	5.5%
Interview	0%	0%	9%	10.5%	0%	0%
Emission de jeu	7.5%	4.5%	4%	2.5%	13.5%	9%
Musique	8%	8.5%	10%	7%	.5%	.5%
Film a) Policier	1%	2.5%	1.5%	2.5%	1%	3%
b) Drame	2.5%	7%	1%	3%	1.5%	6%
c) Comédie	0%	0%	2.5%	6%	.5%	1%
d) Autre	0%	0%	1%	3.5%	.5%	1.5%
Total des films:	3.5%	9.5%	6%	15%	3.5%	11.5%
Sports: A) Emission d'information	3.5%	2%	0%	0%	0%	0%
B) Reportage	.5%	1%	.5%	1%	0%	0%
Documentaire	7.5%	7.5%	.5%	1%	2.5%	1.5%
Nouvelles	22.5%	25%	23.5%	20%	30%	25%
Affaires publiques	10%	9%	5%	3%	1%	1.5%
Dessins animés	1.5%	1%	2.5%	1.5%	1%	1%
Autres	1.5%	2%	2%	1.5%	1%	1.5%
Inclassable	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

TYPES D'EMISSIONS DIFFUSEES AU PRINTEMPS 1976 DANS LA REGION DE MONTREAL

Identification: Lettres d'appel / Canal / Ville / Langue / Réseau	CBFT 2 MONTREAL Français Radio-Canada		CBMT 6 MONTREAL Anglais CBC		CFTM 10 MONTREAL Français TVA		CFCF 12 MONTREAL Anglais CTV		WCAX 3 BURLINGTON Anglais CBS		WPTZ 5 PLATTSBURG, N.Y. Anglais NBC	
CATEGORIE D'EMISSION	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission
Aventure	5%	6%	0%	0%	0%	0%	3%	4%	0%	0%	0%	0%
Comédie	9%	6%	32%	25%	6%	4%	26%	15%	22%	14%	13%	8%
Série dramatique	6%	4%	8%	8%	0%	0%	0%	0%	8%	11%	6%	8%
Série policière	1%	1%	5%	7%	8%	11%	23%	30%	12%	16%	30%	33%
Ser. dram. méd.	3%	4%	0%	0%	3%	4%	0%	0%	3%	4%	0%	0%
Téléroman	3%	2%	0%	0%	3%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Variété	1%	1%	3%	5%	3%	2%	6%	5%	3%	5%	6%	10%
Interview	0%	0%	0%	0%	16%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Emission de jeu	6%	4%	5%	4%	3%	2%	3%	2%	15%	10%	11%	8%
Musique	3%	2%	9%	8%	13%	9%	9%	5%	0%	0%	0%	0%
Film a) Policier	4%	8%	0%	0%	3%	8%	0%	0%	0%	0%	1%	3%
b) Drame	2%	5%	1%	1%	2%	6%	0%	0%	0%	0%	2%	8%
c) Comédie	0%	0%	0%	0%	2%	6%	0%	0%	1%	2%	0%	0%
d) Autre	0%	0%	0%	0%	1%	2%	1%	3%	1%	2%	0%	0%
Total:	6%	13%	1%	1%	8%	22%	1%	3%	2%	4%	3%	11%
Sport A) Infor.	3%	2%	5%	3%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
B) Report.	3%	7%	0%	0%	0%	0%	3%	8%	1%	2%	0%	0%
Documentaire	4%	5%	1%	2%	1%	1%	0%	0%	1%	1%	3%	2%
Nouvelles	31%	30%	13%	20%	31%	20%	17%	20%	31%	30%	28%	20%
Aff. publiques	12%	10%	11%	10%	0%	0%	5%	3%	0%	0%	0%	0%
Dessins animés	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%
Autres	2%	2%	5%	5%	4%	2%	4%	5%	1%	2%	0%	0%
Inclassable	0%	0%	2%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: MONTREAL

APPENDICE - TABLEAU V

SAISON: PRINTEMPS

POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LA LANGUE DE DIFFUSION

RESEAUX	LANGUE ANGLAISE		LANGUE FRANCAISE		AMERICAIN	
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	1.5%	2%	2.5%	3%	0%	0%
Comédie	29%	20%	7.5%	5%	17.5%	11%
Série dramatique	4%	4%	3%	2%	7%	9.5%
Série policière	14%	18.5%	4.5%	6%	21%	24.5%
Ser. dram. méd.	0%	0%	3%	4%	1.5%	2%
Téléroman	0%	0%	3%	2%	0%	0%
Variété	4.5%	5%	2%	1.5%	4.5%	7.5%
Interview	0%	0%	8%	10%	0%	0%
Emission de jeu	4%	3%	4.5%	3%	13%	9%
Musique	9%	6.5%	8%	5.5%	0%	0%
Film a) Policier	0%	0%	3.5%	8%	.5%	1.5%
b) Drame	.5%	.5%	2%	5.5%	1%	4%
c) Comédie	0%	0%	1%	3%	.5%	1%
d) Autre	.5%	1.5%	.5%	1%	.5%	1%
Total des films:	1%	2%	7%	17.5%	2.5%	7.5%
Sports: A) Information	2.5%	1.5%	2%	1.5%	0%	0%
B) Reportage	1.5%	4%	1.5%	3.5%	.5%	1%
Documentaire	.5%	1%	2.5%	3%	2%	1.5%
Nouvelles	15%	20%	31%	25%	29.5%	25%
Affaires publiques	8%	6.5%	6%	5%	0%	0%
Dessins animés	0%	0%	1%	.5%	.5%	.5%
Autres	4.5%	5%	3%	2%	.5%	1%
Inclassable	1%	1%	0%	0%	0%	0%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: MONTREAL

APPENDICE - TABLEAU VI

SAISON: PRINTEMPS

POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LE REGIME DES RESEAUX

RESEAUX	D'ETAT CANADIEN		PRIVE CANADIEN		PRIVE AMERICAIN	
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	2.5%	3%	1.5%	2%	0%	0%
Comédie	20.5%	15.5%	16%	9.5%	17.5%	11%
Série dramatique	7%	6%	0%	0%	7%	9.5%
Série policière	3%	4%	15.5%	20.5%	21%	24.5%
Ser. dram. méd.	1.5%	2%	1.5%	2%	1.5%	2%
Téléroman	1.5%	1%	1.5%	1%	0%	0%
Variété	2%	3%	4.5%	3.5%	4.5%	7.5%
Interview	0%	0%	8%	10%	0%	0%
Emission de jeu	5.5%	4%	3%	2%	13%	9%
Musique	6%	5%	11%	7%	0%	0%
Film a) Policier	2%	4%	1.5%	4%	.5%	1.5%
b) Drame	1.5%	3%	1%	3%	1%	4%
c) Comédie	0%	0%	1%	3%	.5%	1%
d) Autre	0%	0%	1%	2.5%	.5%	1%
Total des films:	3.5%	7%	4.5%	12.5%	2.5%	7.5%
Sports: A) Information	4%	2.5%	.5%	.5%	0%	0%
B) Reportage	1.5%	3.5%	1.5%	4%	.5%	1%
Documentaire	2.5%	3.5%	.5%	.5%	2%	1.5%
Nouvelles	22%	25%	24%	20%	29.5%	25%
Affaires publiques	11.5%	10%	2.5%	1.5%	0%	0%
Dessins animés	1%	.5%	0%	0%	.5%	.5%
Autres	3.5%	3.5%	4%	3.5%	.5%	1%
Inclassable	1%	1%	0%	0%	0%	0%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

APPENDICE - TABLEAU VII

TYPES D'EMISSIONS DIFFUSEES A L'AUTOMNE 1975 DANS LA REGION DE TORONTO

Identification:

Lettres d'appel Canal Ville Langue Réseau	CBLT 5 TORONTO Anglais CBC O-O		CFTO-TV 9 TORONTO Anglais CTV		CHCH-TV 11 TOR.-HAMILTON Anglais INDEP.		CKGN-TV 22 UXBRIDGE Anglais GLOBAL		CBLFT 25 TORONTO Français Radio-Canada		WGR-TV 2 BUFFALO, N.Y. Anglais NBC		WBEN-TV 4 BUFFALO, N.Y. Anglais CBS		WKBW-TV 7 BUFFALO, N.Y. Anglais ABC	
CATEGORIE D'EMISSION	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission
Aventure	3%	2%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	3%	4%	1%	1%	0%	0%	0%	0%
Comédie	25%	19%	16%	11%	6%	4%	25%	16%	7%	4%	7%	4%	20%	13%	13%	9%
Série dramatique	7%	8%	0%	0%	2%	3%	1%	2%	3%	2%	6%	10%	2%	2%	1%	1%
Série policière	3%	4%	17%	28%	21%	27%	23%	22%	0%	0%	13%	17%	9%	11%	13%	17%
Ser. dram. méd.	1%	2%	2%	3%	2%	3%	0%	0%	3%	4%	2%	3%	2%	3%	1%	2%
Téléroman	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Variété	12%	12%	8%	8%	4%	6%	0%	0%	0%	0%	3%	5%	6%	7%	1%	2%
Interview	0%	0%	0%	0%	3%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Emission de jeu	5%	4%	19%	13%	18%	12%	0%	0%	6%	3.5%	9%	6%	0%	0%	29%	19%
Musique	10%	13%	9%	7%	17%	11%	3%	3%	3%	2%	0%	0%	0%	0%	1%	3%
Film a)	0%	0%	.5%	2%	2%	4%	2%	6%	4%	10%	1%	4%	.5%	2%	1%	2%
b)	0%	0%	2%	6%	2%	7%	3%	10%	4%	12%	4%	11%	2%	5%	.5%	2%
c)	0%	0%	.5%	2%	0%	0%	2%	5%	0%	0%	0%	0%	.5%	2%	0%	0%
d)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	1%	3%	2%	5%	.5%	2%
Total:	0%	0%	3%	10%	4%	11%	8%	22%	8%	22%	6%	18%	5%	14%	2%	6%
Sport A)	3%	1%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	3%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
B)	0%	0%	0%	0%	2%	6%	1%	2%	0%	0%	15%	10%	17%	13%	7%	18%
Documentaire	6%	4%	1%	2%	2%	1%	1%	1%	12%	12%	6%	4%	2%	2%	0%	0%
Nouvelles	13%	20%	14%	10%	16%	10%	34%	29%	31%	29%	31%	21%	33%	31%	30%	20%
Aff. publiques	8%	8%	3%	2%	3%	4%	2%	1%	15%	11.5%	0%	0%	2%	2%	0%	0%
Dessins animés	0%	0%	4%	3%	0%	0%	0%	0%	3%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Autres	4%	3%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	0%	0%	0%	0%	.5%	.5%	1%	2%
Inclassable	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	.5%	.5%	0%	0%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: TORONTO

APPENDICE - TABLEAU VIII

SAISON: AUTOMNE

POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LA LANGUE DE DIFFUSION

RESEAUX	LANGUE ANGLAISE		LANGUE FRANCAISE		AMERICAIN	
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	1%	1%	3%	4%	0%	0%
Comédie	18%	12%	7%	4%	13%	9%
Série dramatique	2%	3%	3%	2%	3%	4%
Série policière	18%	20%	0%	0%	12%	15%
Ser. dram. méd.	1%	2%	3%	4%	2%	3%
Téléroman	0%	0%	3%	2%	0%	0%
Variété	6%	6%	0%	0%	3%	5%
Interview	1%	1%	0%	0%	0%	0%
Emission de jeu	10%	7%	6%	3.5%	13%	8%
Musique	9%	8%	3%	2%	1%	1%
Film a) Policier	1%	3%	4%	10%	1%	3%
b) Drame	2%	6%	4%	12%	2%	6%
c) Comédie	1%	2%	0%	0%	0%	0%
d) Autre	0%	0%	0%	0%	1%	3%
Total des films:	4%	11%	8%	22%	4%	12%
Sports: A) Information	1%	1%	3%	2%	0%	0%
B) Reportage	1%	2%	0%	0%	13%	14%
Documentaire	2%	2%	12%	12%	2.5%	2%
Nouvelles	19%	17%	31%	29%	31%	24%
Affaires publiques	4%	4%	15%	11.5%	.5%	1%
Dessins animés	1%	1%	3%	2%	1%	1%
Autres	2%	2%	0%	0%	1%	1%
Inclassable	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: TORONTO

APPENDICE - TABLEAU IX

SAISON: AUTOMNE

POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LE REGIME DES RESEAUX

RESEAUX	D'ETAT CANADIEN		PRIVE CANADIEN		PRIVE AMERICAIN	
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	3%	3%	0%	0%	0%	0%
Comédie	16%	11.5%	16%	10%	13%	9%
Série dramatique	5%	5%	1%	2%	3%	4%
Série policière	1.5%	2%	20%	26%	12%	15%
Ser. dram. méd.	2%	3%	1%	2%	2%	3%
Téléroman	1%	1%	0%	0%	0%	0%
Variété	6%	6%	4%	5%	3%	5%
Interview	0%	0%	1%	1%	0%	0%
Emission de jeu	5.5%	4%	12%	8%	13%	8%
Musique	6.5%	7.5%	9%	7%	1%	1%
Film a) Policier	2%	5%	2%	4%	1%	3%
b) Drame	2%	6%	3%	8%	2%	6%
c) Comédie	0%	0%	1%	2%	0%	0%
d) Autre	0%	0%	1%	1%	1%	3%
Total des films:	4%	11%	7%	15%	4%	12%
Sports: A) Information	3%	1.5%	1%	1%	0%	0%
B) Reportage	0%	0%	1%	1%	13%	14%
Documentaire	9%	8%	1%	1%	2.5%	2%
Nouvelles	22%	24.5%	21%	16%	31%	24%
Affaires publiques	12.5%	10%	3%	3%	.5%	1%
Dessins animés	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Autres	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Inclassable	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

TYPES D'EMISSIONS DIFFUSEES AU PRINTEMPS 1976 DANS LA REGION DE TORONTO

Identification:																
Lettres d'appel Canal Ville Langue Réseau	CBLT 5 TORONTO Anglais CBC 0-0		CFTO-TV 9 TORONTO Anglais CTV		CHCH-TV 11 TOR.-HAMILTON Anglais INDEP.		CKGN-TV 22 UXBRIDGE Anglais GLOBAL		CBLFT 25 TORONTO Français Radio-Canada		WGR-TV 2 BUFFALO, N.Y. Anglais NBC		WBEN-TV 4 BUFFALO, N.Y. Anglais CBS		WKBW-TV 7 BUFFALO, N.Y. Anglais ABC	
CATEGORIE D'EMISSION	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission
Aventure	0%	0%	2%	3%	0%	0%	0%	0%	3%	4%	0%	0%	0%	0%	1%	2%
Comédie	27%	20%	19%	13%	5%	3%	24%	16%	6%	4%	11%	7%	22%	15%	11%	8%
Série dramatique	8%	9%	0%	0%	5%	9%	2%	3%	6%	3%	6%	8%	8%	11%	5%	6%
Série policière	5%	7%	19%	29%	22%	24%	21%	21%	1%	1%	18%	25%	7%	9%	9%	12%
Ser. dram. méd.	0%	0%	3%	4%	3%	4%	0%	0%	3%	4%	0%	0%	3%	4%	2%	3%
Téléroman	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Variété	5%	8%	7%	6%	6%	9%	1%	2%	1%	1%	6%	9%	2%	3%	6%	6%
Interview	1%	1%	0%	0%	6%	4%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Emission de jeu	5%	4%	18%	12%	15%	10%	3%	2%	6%	3%	8%	6%	1%	1%	24%	17%
Musique	10%	9%	8%	5%	12%	9%	4%	2%	3%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Film a)	0%	0%	1%	2%	2%	4%	1%	3%	3%	6%	1%	2%	0%	0%	2%	5%
b)	1%	1%	0%	0%	1%	5%	1%	2%	3%	8%	1%	7%	1%	2%	2%	4%
c)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	5%	1%	2%	1%	2%	0%	0%
d)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	4%	2%	5%
Total:	1%	1%	1%	2%	3%	9%	2%	5%	8%	19%	3%	11%	3%	8%	6%	14%
Sport A)	5%	3%	1%	1%	0%	0%	3%	2%	3%	2%	0%	0%	16%	9%	0%	0%
B)	0%	0%	2%	8%	0%	0%	7%	17%	1%	2%	14%	10%	2%	6%	4%	10%
Documentaire	1%	2%	1%	1%	4%	3%	0%	0%	4%	5%	6%	4%	1%	1%	0%	0%
Nouvelles	15%	20%	15%	10%	15%	10%	30%	27%	31%	30%	28%	20%	33%	30%	29%	20%
Aff. publiques	11%	10%	2%	2%	2%	3%	1%	1%	18%	14%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Dessins animés	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	0%	0%	1%	1%	0%	0%
Autres	6%	6%	2%	4%	2%	3%	1.5%	1.5%	1%	2%	0%	0%	1%	2%	3%	2%
Inclassable	0%	0%	0%	0%	0%	0%	.5%	.5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: TORONTO

APPENDICE - TABLEAU XI

SAISON: PRINTEMPS

POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LA LANGUE DE DIFFUSION

RESEAUX	LANGUE ANGLAISE		LANGUE FRANCAISE		AMERICAIN	
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	0%	0%	3%	4%	1%	1%
Comédie	19%	13%	6%	4%	15%	10%
Série dramatique	4%	6%	6%	3%	6%	8%
Série policière	17%	20%	1%	1%	11%	15%
Ser. dram. méd.	1.5%	2%	3%	4%	2%	2%
Téléroman	0%	0%	3%	2%	0%	0%
Variété	5%	6%	1%	1%	5%	6%
Interview	2%	1%	0%	0%	0%	0%
Emission de jeu	10%	7%	6%	3%	11%	8%
Musique	8%	6%	3%	2%	0%	0%
Film a) Policier	1%	2%	3%	6%	1%	2%
b) Drame	1%	2%	3%	8%	1%	4%
c) Comédie	0%	0%	2%	5%	1%	2%
d) Autre	0%	0%	0%	0%	1%	3%
Total des films:	2%	4%	8%	19%	4%	11%
Sports: A) Information	2%	2%	3%	2%	5%	3%
B) Reportage	2%	6%	1%	2%	7%	9%
Documentaire	1.5%	2%	4%	5%	2%	2%
Nouvelles	19%	17%	31%	30%	30%	24%
Affaires publiques	4%	4%	18%	14%	0%	0%
Dessins animés	0%	0%	2%	2%	0%	0%
Autres	3%	4%	1%	2%	1%	1%
Inclassable	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: TORONTO

APPENDICE - TABLEAU XII

SAISON: PRINTEMPS

POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LE REGIME DES RESEAUX

RESEAUX	D'ETAT CANADIEN		PRIVE CANADIEN		PRIVE AMERICAIN	
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	2%	2%	1%	1%	1%	1%
Comédie	16.5%	12%	16%	11%	15%	10%
Série dramatique	7%	6%	2%	4%	6%	8%
Série policière	3%	4%	21%	25%	11%	15%
Ser. dram. méd.	1.5%	2%	2%	3%	2%	2%
Téléroman	1.5%	1%	0%	0%	0%	0%
Variété	3%	4.5%	4%	6%	5%	6%
Interview	.5%	.5%	2%	1%	0%	0%
Emission de jeu	5.5%	3.5%	12%	8%	11%	8%
Musique	6.5%	5.5%	8%	5%	0%	0%
Film a) Policier	1.5%	3%	1%	3%	1%	2%
b) Drame	2%	4.5%	1%	2%	1%	4%
c) Comédie	1%	2.5%	0%	0%	1%	2%
d) Autre	0%	0%	0%	0%	1%	3%
Total des films:	4.5%	10%	2%	5%	4%	11%
Sports: A) Information	4%	2.5%	1%	1%	5%	3%
B) Reportage	.5%	1%	3%	8%	7%	9%
Documentaire	2.5%	3.5%	2%	1%	2%	2%
Nouvelles	23%	25%	20%	16%	30%	24%
Affaires publiques	14.5%	12%	2%	2%	0%	0%
Dessins animés	1%	1%	0%	0%	0%	0%
Autres	3%	4%	2%	3%	1%	1%
Inclassable	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

APPENDICE - TABLEAU XIII

TYPES D'EMISSIONS DIFFUSEES A L'AUTOMNE 1975 DANS LA REGION D'OTTAWA

Identification:												
Lettres d'appel	CBOT		CKGN		CBOFT		CJOH		CFVO		WGNY	
Canal	4		6		9		13		30		2	
Ville	OTTAWA		OTTAWA		OTTAWA		OTTAWA		HULL		WATERTOWN, N.Y.	
Langue	Anglais		Anglais		Français		Anglais		Français		Anglais	
Réseau	CBC		GLOBAL		Radio-Canada		CTV		TVA		ABC-NBC-CBS	
CATEGORIE D'EMISSION	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission
Aventure	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	0%	0%	0%	0%
Comédie	24%	18%	26%	17%	6%	4%	18%	12%	3%	2%	22%	15%
Série dramatique	7%	7%	2%	2%	3%	2%	2%	1%	0%	0%	8%	10%
Série policière	3%	4%	23%	20%	0%	0%	19%	28%	13%	16%	8%	10%
Ser. dram. méd.	1%	2%	0%	0%	3%	4%	0%	0%	3%	4%	3%	4%
Téléroman	0%	0%	0%	0%	3%	2%	0%	0%	3%	2%	0%	0%
Variété	6%	7%	0%	0%	0%	0%	10%	9%	0%	0%	8%	10%
Interview	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	16%	20%	0%	0%
Emission de jeu	8%	6%	0%	0%	3%	2%	5%	3%	0%	0%	6%	4%
Musique	10%	13%	3%	3%	3%	2%	13%	8%	14%	8%	0%	0%
Film a)	0%	0%	3%	10%	3%	7%	1%	4%	3%	6%	0%	0%
b)	0%	0%	1%	6%	4%	13%	1%	2%	2%	4%	2%	5%
c)	0%	0%	1%	5%	0%	0%	0%	0%	2%	4%	1%	4%
d)	0%	0%	1%	1%	0%	0%	1%	2%	3.5%	10%	1%	5%
Total:	0%	0%	6%	22%	7%	20%	3%	8%	10.5%	24%	4%	14%
Sport A)	4%	3%	1%	3%	3%	2%	2%	2%	0%	0%	2%	2%
B)	0%	0%	0%	0%	1%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Documentaire	8%	6%	1%	1%	8%	10%	2%	2%	0%	0%	1%	1%
Nouvelles	13%	20%	34%	28%	30%	19%	16%	20%	30%	20%	31%	20%
Aff. publiques	11%	11%	2%	2%	27%	29%	3%	2%	4%	2%	1%	2%
Dessins animés	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	3%	0%	0%	1%	1%
Autres	4%	2%	2%	2%	3%	2%	0%	0%	3.5%	1.5%	2%	3%
Inclassable	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	4%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: OTTAWA

APPENDICE - TABLEAU XIV

SAISON: AUTOMNE

POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LA LANGUE DE DIFFUSION.

RESEAUX	LANGUE ANGLAISE		LANGUE FRANCAISE		AMERICAIN	
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	1%	1%	0%	0%	0%	0%
Comédie	23%	16%	4.5%	3%	22%	15%
Série dramatique	3%	3%	1.5%	1%	8%	10%
Série policière	15%	17%	6.5%	8%	8%	10%
Ser. dram. méd.	1%	.5%	3%	4%	3%	4%
Téléroman	0%	0%	3%	2%	0%	0%
Variété	5%	5%	0%	0%	8%	10%
Interview	0%	0%	8%	10%	0%	0%
Emission de jeu	4%	3%	1.5%	1%	6%	4%
Musique	9%	8%	8.5%	5%	0%	0%
Film a) Policier	1%	5%	2.5%	6.5%	0%	0%
b) Drame	1%	3%	2.5%	7.5%	2%	5%
c) Comédie	0%	1%	.5%	1%	1%	4%
d) Autre	1%	1%	3.5%	7%	1%	5%
Total des films:	3%	10%	9%	22%	4%	14%
Sports: A) Information	2%	3%	1.5%	1%	2%	2%
B) Reportage	0%	0%	.5%	1%	0%	0%
Documentaire	4%	3%	4%	5%	1%	1%
Nouvelles	21%	23%	30%	19.5%	31%	20%
Affaires publiques	5.5%	5%	15.5%	15.5%	1%	2%
Dessins animés	1%	1%	0%	0%	1%	1%
Autres	2%	1%	3%	2%	2%	3%
Inclassable	.5%	.5%	0%	0%	3%	4%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: OTTAWA

APPENDICE - TABLEAU XV

SAISON: AUTOMNE

POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LE REGIME DES RESEAUX

RESEAUX	D'ETAT CANADIEN		PRIVE CANADIEN		PRIVE AMERICAIN	
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	0%	0%	1%	1%	0%	0%
Comédie	15%	11%	16%	10%	22%	15%
Série dramatique	5%	4.5%	1%	1%	8%	10%
Série policière	1.5%	2%	18%	21%	8%	10%
Ser. dram. méd.	2%	3%	1%	1%	3%	4%
Téléroman	1.5%	1%	1%	1%	0%	0%
Variété	3%	3.5%	3%	3%	8%	10%
Interview	0%	0%	5%	7%	0%	0%
Emission de jeu	5.5%	4%	2%	1%	6%	4%
Musique	6.5%	7.5%	10%	6%	0%	0%
Film a) Policier	1.5%	3.5%	2%	7%	0%	0%
b) Drame	2%	6.5%	1%	3%	2%	5%
c) Comédie	0%	0%	1%	2%	1%	4%
d) Autre	0%	0%	2%	6%	1%	5%
Total des films:	3.5%	10%	6%	18%	4%	14%
Sports: A) Information	3.5%	2.5%	1%	2%	2%	2%
B) Reportage	.5%	1%	0%	0%	0%	0%
Documentaire	8%	8%	1%	1%	1%	1%
Nouvelles	21.5%	19.5%	27%	23%	31%	20%
Affaires publiques	19%	20%	3%	2%	1%	2%
Dessins animés	0%	0%	2%	1%	1%	2%
Autres	3.5%	2%	2%	1%	2%	3%
Inclassable	.5%	.5%	0%	0%	3%	4%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

TYPES D'EMISSIONS DIFFUSEES AU PRINTEMPS 1976 DANS LA REGION D'OTTAWA

Identification:												
Lettres d'appel	CBOT		CKGN		CBOFT		CJOH		CFVO		WWNV	
Canal	4		6		9		13		30		7	
Ville	OTTAWA		OTTAWA		OTTAWA		OTTAWA		HULL		WATERTOWN, N.Y.	
Langue	Anglais		Anglais		Français		Anglais		Français		Anglais	
Réseau	CBC		GLOBAL		Radio-Canada		CTV		TVA		ABC-NBC-CBS	
CATEGORIE D'EMISSION	% par unité d'émission	% par minutes	% par unité d'émission	% par minutes	% par unité d'émission	% par minutes	% par unité d'émission	% par minutes	% par unité d'émission	% par minutes	% par unité d'émission	% par minutes
Aventure	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	4%	0%	0%	0%	0%
Comédie	23%	17%	24%	16%	6%	4%	21%	13%	6%	4%	23%	16%
Série dramatique	8%	9%	2%	3%	5%	4%	0%	0%	0%	0%	8%	8%
Série policière	5%	7%	21%	21%	1%	1%	20%	27%	9%	11%	14%	19%
Ser. dram. méd.	0%	0%	0%	0%	2%	3%	0%	0%	3%	4%	3%	4%
Téléroman	0%	0%	0%	0%	3%	2%	0%	0%	3%	2%	0%	0%
Variété	3%	5%	1%	2%	1%	1%	11%	9%	0%	0%	5%	7%
Interview	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	16%	20%	0%	0%
Emission de jeu	8%	6%	3%	2%	3%	2%	3%	2%	0%	0%	6%	4%
Musique	9%	9%	4%	3%	3%	2%	12%	7%	12%	9%	0%	0%
Film a)	0%	0%	1%	0%	4%	8%	1%	2%	3%	8%	0%	0%
b)	0%	0%	1%	5%	2%	5%	1%	2%	2%	5%	0%	0%
c)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	4%	3%	6%	2%	8%
d)	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	4%	1%	2%
Total:	0%	0%	3%	5%	6%	13%	3%	8%	10%	23%	3%	10%
Sport A)	5%	3%	3%	2%	3%	2%	3%	2%	0%	0%	3%	2%
B)	0%	0%	7%	17%	2%	7%	0%	0%	1%	1%	1%	2%
Documentaire	2%	3%	0%	0%	4%	5%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Nouvelles	14%	20%	29%	26%	30%	20%	17%	20%	31%	20%	29%	20%
Aff. publiques	16%	14%	1%	1%	26%	29%	2%	1%	0%	0%	0%	0%
Dessins animés	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	1%	1%
Autres	6%	6%	1%	1%	4%	4%	2%	4%	7%	4%	2%	4%
Inclassable	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: OTTAWA

APPENDICE - TABLEAU XVII

SAISON: PRINTEMPS

POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE D'EMISSION SELON LA LANGUE DE DIFFUSION

RESEAUX	LANGUE ANGLAISE		LANGUE FRANCAISE		AMERICAIN	
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	1%	1%	0%	0%	0%	0%
Comédie	23%	15%	6%	4%	23%	16%
Série dramatique	3%	4%	2.5%	2%	8%	8%
Série policière	15%	19%	5%	6%	14%	19%
Ser. dram. méd.	0%	0%	2.5%	2%	3%	4%
Téléroman	0%	0%	3%	2%	0%	0%
Variété	5%	6%	.5%	.5%	5%	7%
Interview	0%	0%	8%	10%	0%	0%
Emission de jeu	5%	3%	1.5%	1%	6%	4%
Musique	8%	6%	7.5%	5.5%	0%	0%
Film a) Policier	1%	1%	3.5%	8%	0%	0%
b) Drame	1%	2%	2%	5%	0%	0%
c) Comédie	.5%	1%	1.5%	3%	2%	8%
d) Autre	.5%	0%	1%	2.5%	1%	2%
Total des films:	3%	4%	8%	18.5%	3%	10%
Sports: A) Information	4%	2%	1.5%	1%	3%	2%
B) Reportage	2%	6%	1.5%	4%	1%	2%
Documentaire	1.5%	1.5%	2.5%	3%	1%	1%
Nouvelles	20%	22%	30.5%	20%	29%	20%
Affaires publiques	6.5%	5.5%	13%	15%	0%	0%
Dessins animés	1%	1%	0%	0%	1%	1%
Autres	3%	3%	5.5%	4%	2%	4%
Inclassable	1%	1%	1%	1%	1%	2%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: OTTAWA

APPENDICE - TABLEAU XVIII

SAISON: PRINTEMPS

POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LE REGIME DES RESEAUX

RESEAUX	D'ETAT CANADIEN		PRIVE CANADIEN		PRIVE AMERICAIN	
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	0%	0%	1%	1%	0%	0%
Comédie	14.5%	10.5%	17%	11%	23%	16%
Série dramatique	6.5%	6.5%	1%	1%	8%	8%
Série policière	3%	4%	17%	20%	14%	19%
Ser. dram. méd.	1%	1.5%	1%	1%	3%	4%
Téléroman	1.5%	1%	1%	1%	0%	0%
Variété	2%	3%	4%	4%	5%	7%
Interview	0%	0%	5%	7%	0%	0%
Emission de jeu	5.5%	4%	2%	1%	6%	4%
Musique	6%	5.5%	9%	6%	0%	0%
Film a) Policier	2%	4%	1%	3%	0%	0%
b) Drame	1%	2.5%	1%	4%	0%	0%
c) Comédie	0%	0%	1%	3%	2%	8%
d) Autre	0%	0%	1.5%	1.5%	1%	2%
Total des films:	3%	6.5%	4.5%	11.5%	3%	10%
Sports: A) Information	4%	2.5%	2%	1%	3%	2%
B) Reportage	1%	3.5%	3%	6%	1%	2%
Documentaire	3%	4%	1%	1%	1%	1%
Nouvelles	22%	20%	26%	22%	29%	20%
Affaires publiques	21%	21.5%	1%	1%	0%	0%
Dessins animés	0%	0%	1%	1%	1%	1%
Autres	5%	5%	3%	3%	2%	4%
Inclassable	1%	1%	.5%	.5%	1%	2%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

APPENDICE - TABLEAU XIX

TYPES D'EMISSIONS DIFFUSEES A L'AUTOMNE 1975 DANS LA REGION SUDBURY - TIMMINS - NORTH BAY

Identification:

Lettres d'appel Canal Ville Langue Réseau	CBST-TV 9 TIMMINS Français Radio-Canada		CKSO-TV 5 SUDBURY Anglais CTV		MCTVS 9 SUDBURY Anglais CBC	
CATEGORIE D'EMISSION	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission
Aventure	7%	6%	9%	10%	4%	4%
Comédie	10%	6%	18%	12%	33%	20%
Série dramatique	3%	2%	0%	0%	3%	3%
Série policière	0%	0%	15%	17%	0%	0%
Ser. dram. méd.	3%	4%	0%	0%	2%	2%
Téléroman	3%	2%	0%	0%	0%	0%
Variété	0%	0%	8%	6%	11%	11%
Interview	0%	0%	3%	4%	0%	0%
Emission de jeu	6%	4%	6%	4%	10%	7%
Musique	3%	2%	13%	8%	8%	9%
Film a)	3%	7%	4%	10%	6%	12%
b)	4%	13%	3%	7%	6%	14%
c)	0%	0%	3%	6%	1%	2%
d)	0%	0%	3%	8%	1%	2%
Total:	7%	20%	13%	31%	14%	30%
Sport A)	3%	2%	3%	1%	0%	0%
B)	1%	2%	1%	1%	0%	0%
Documentaire	8%	10%	0%	0%	3%	2%
Nouvelles	31%	29%	3%	2%	0%	0%
Aff. publiques	12%	9%	3%	1%	7%	6%
Dessins animés	3%	2%	2%	1%	0%	0%
Autres	0%	0%	1%	1%	4%	4%
Inclassable	0%	0%	2%	1%	1%	2%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: SUDBURY-TIMMINS-NORTH BAY APPENDICE - TABLEAU XX

SAISON: AUTOMNE 1975 POURCENTAGE D'UNITÉS/EMISSIONS ET D'UNITÉS/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LA LANGUE DE DIFFUSION

RESEAUX	LANGUE ANGLAISE		LANGUE FRANCAISE		
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	
Aventure	6.5%	7%	7%	6%	
Comédie	25.5%	16%	10%	6%	
Série dramatique	1.5%	1.5%	3%	2%	
Série policière	7.5%	8.5%	0%	0%	
Ser. dram. méd.	1%	1%	3%	4%	
Téléroman	0%	0%	3%	2%	
Variété	9.5%	8.5%	0%	0%	
Interview	1.5%	2%	0%	0%	
Emission de jeu	8%	5.5%	6%	4%	
Musique	10.5%	8.5%	3%	2%	
Film a) Policier	5%	11%	3%	7%	
b) Drame	4.5%	10.5%	4%	13%	
c) Comédie	2%	4%	0%	0%	
d) Autre	2%	5%	0%	0%	
Total des films:	13.5%	30.5%	7%	20%	
Sports: A) Information	1.5%	.5%	3%	2%	
B) Reportage	.5%	.5%	1%	2%	
Documentaire	1.5%	1%	8%	10%	
Nouvelles	1.5%	1%	31%	29%	
Affaires publiques	5%	3.5%	12%	9%	
Dessins animés	1%	.5%	3%	2%	
Autres	2.5%	2.5%	0%	0%	
Inclassable	1.5%	1.5%	0%	0%	
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	

REGION: SUDBURY-TIMMINS-NORTH BAY

APPENDICE - TABLEAU XXI

SAISON: AUTOMNE 1975 POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LE REGIME DES RESEAUX

RESEAUX	D'ETAT CANADIEN		PRIVE CANADIEN		
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	
Aventure	5.5%	5%	9%	10%	
Comédie	21.5%	13%	18%	12%	
Série dramatique	3%	2.5%	0%	0%	
Série policière	0%	0%	15%	17%	
Ser. dram. méd.	2.5%	3%	0%	0%	
Téléroman	1.5%	1%	0%	0%	
Variété	5.5%	5.5%	8%	6%	
Interview	0%	0%	3%	4%	
Emission de jeu	8%	5.5%	6%	4%	
Musique	5.5%	5.5%	13%	8%	
Film a) Policier	4.5%	9.5%	4%	10%	
b) Drame	5%	13.5%	3%	7%	
c) Comédie	.5%	1%	3%	6%	
d) Autre	.5%	1%	3%	8%	
Total des films:	10.5%	25%	13%	31%	
Sports: A) Information	1.5%	1%	3%	1%	
B) Reportage	.5%	1%	1%	1%	
Documentaire	5.5%	6%	0%	0%	
Nouvelles	15.5%	14.5%	3%	2%	
Affaires publiques	9.5%	7.5%	3%	1%	
Dessins animés	1.5%	1%	2%	1%	
Autres	2%	2%	1%	1%	
Inclassable	.5%	1%	2%	1%	
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	

TYPES D'EMISSIONS DIFFUSEES AU PRINTEMPS 1976 DANS LA REGION SUDBURY - TIMMINS - NORTH BAY

Identification:						
Lettres d'appel	CBST-TV		CKSO-TV		MCTVS	
Canal	9		5		9	
Ville	TIMMINS		SUDBURY		SUDBURY	
Langue	Français		Anglais		Anglais	
Réseau	Radio-Canada		CTV		CBC	
CATEGORIE D'EMISSION	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission	% par unité d'émission	% par minutes d'émission
Aventure	6%	6%	13%	11%	1%	1%
Comédie	9%	6%	26%	19%	27%	16%
Série dramatique	6%	3%	0%	0%	3%	4%
Série policière	1%	5%	16%	19%	4%	5%
Ser. dram. méd.	3%	3%	0%	0%	0%	0%
Téléroman	3%	2%	0%	0%	0%	0%
Variété	1%	1%	3%	2%	8%	8%
Interview	0%	0%	1%	1%	0%	0%
Emission de jeu	6%	3%	4%	2%	10%	6%
Musique	3%	2%	11%	7%	8%	8%
Film a)	3%	6%	7%	14%	2%	5%
b)	2%	4%	4%	9%	6%	13%
c)	0%	0%	2%	4%	0%	0%
d)	1%	3%	1%	2%	5%	11%
Total:	6%	13%	14%	29%	13%	29%
Sport A)	3%	2%	1%	0%	0%	0%
B)	2%	7%	0%	0%	0%	0%
Documentaire	4%	5%	3%	2%	4%	4%
Nouvelles	31%	30%	0%	0%	0%	0%
Aff. publiques	12%	9%	2%	2%	10%	8%
Dessins animés	2%	1%	0%	0%	0%	0%
Autres	2%	2%	3%	3%	8%	7%
Inclassable	0%	0%	3%	3%	4%	4%
TOTAL:	100%	100%	100%	100%	100%	100%

REGION: SUDBURY-TIMMINS-NORTH BAY — APPENDICE - TABLEAU XXIII

SAISON: PRINTEMPS 1976 POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LA LANGUE DE DIFFUSION

RESEAUX	LANGUE ANGLAISE		LANGUE FRANCAISE			
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	7%	6%	6%	6%		
Comédie	26.5%	17.5%	9%	6%		
Série dramatique	1.5%	2%	6%	3%		
Série policière	10%	12%	1%	5%		
Ser. dram. méd.	0%	0%	3%	3%		
Téléroman	0%	0%	3%	2%		
Variété	5.5%	5%	1%	1%		
Interview	.5%	.5%	0%	0%		
Emission de jeu	7%	4%	6%	3%		
Musique	10%	7.5%	3%	2%		
Film a) Policier	4.5%	9.5%	3%	6%		
b) Drame	5%	11%	2%	4%		
c) Comédie	1%	2%	0%	0%		
d) Autre	3%	6.5%	1%	3%		
Total des films:	13.5%	29%	6%	13%		
Sports: A) Information	.5%	0%	3%	2%		
B) Reportage	0%	0%	2%	7%		
Documentaire	3.5%	3%	4%	5%		
Nouvelles	0%	0%	31%	30%		
Affaires publiques	6%	5%	12%	9%		
Dessins animés	0%	0%	2%	1%		
Autres	5.5%	5%	2%	2%		
Inclassable	3%	3.5%	0%	0%		
TOTAL:	100%	100%	100%	100%		

REGION: SUDBURY-TIMMINS-NORTH BAY

APPENDICE - TABLEAU XXIV

SAISON: PRINTEMPS 1976

POURCENTAGE D'UNITES/EMISSIONS ET D'UNITES/MINUTES PAR CATEGORIE PRINCIPALE SELON LE REGIME DES RESEAUX

RESEAUX	D'ETAT CANADIEN		PRIVE CANADIEN			
CATEGORIE D'EMISSION	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes	% Unité/Emission	% Unité/Minutes
Aventure	3.5%	3.5%	13%	11%		
Comédie	18%	11%	26%	19%		
Série dramatique	4.5%	3.5%	0%	0%		
Série policière	2.5%	5%	16%	19%		
Ser. dram. méd.	1.5%	1.5%	0%	0%		
Téléroman	1.5%	1%	0%	0%		
Variété	4.5%	4.5%	3%	2%		
Interview	0%	0%	1%	1%		
Emission de jeu	8%	4.5%	4%	2%		
Musique	5.5%	5%	11%	7%		
Film a) Policier	2.5%	5.5%	7%	14%		
b) Drame	4%	8.5%	4%	9%		
c) Comédie	0%	0%	2%	4%		
d) Autre	3%	7%	1%	2%		
Total des films:	9.5%	21%	14%	29%		
Sports: A) Information	1.5%	1%	1%	0%		
B) Reportage	1%	3.5%	0%	0%		
Documentaire	4%	4.5%	3%	2%		
Nouvelles	15.5%	15%	0%	0%		
Affaires publiques	11%	8.5%	2%	2%		
Dessins animés	1%	.5%	0%	0%		
Autres	5%	4.5%	3%	3%		
Inclassable	2%	2%	3%	3%		
TOTAL:	100%	100%	100%	100%		

